

Revista de Cultura Imaterial Portuguesa

João Ricardo Rocha
Garganta Correia da Saúde

Doutora Maria Calado
Orientadora Científica

Designer Elisabete Rolo
Coorientadora Científica

Doutor João Brandão
Presidente do Júri

Doutor Daniel Raposo
Vogal



Dissertação para obtenção
do grau de Mestre em Design
de Comunicação



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

novembro 2013

**Revista
de Cultura
Imaterial
Portuguesa**

RESUMO

Esta dissertação tem por objetivo a criação de uma revista dedicada à cultura imaterial portuguesa. A pertinência do tema justifica-se tanto pela natureza e importância dos conteúdos como pela necessidade de uma publicação deste tipo concebida como projeto editorial com um design gráfico coerente.

A investigação centra-se na conceção do projeto gráfico, assente num programa editorial previamente definido e numa fundamentação e contextualização como revista cultural destinada a abordar a cultura imaterial portuguesa, tanto nos aspetos ligados ao património como à criação contemporânea. Partindo do estado da arte, foi também de máxima importância realizar um contextualização acerca deste tipo de publicações periódicas, assim como da cultura imaterial e do design editorial. Observámos, ainda, exemplos de referência, constituídos por algumas das revistas mais marcantes a nível conceptual, cultural e artístico, o que nos permitiu enquadrar o nosso projeto.

Aplicámos um questionário exploratório, de modo a validar a pertinência do projeto. Com este processo conseguimos ainda comprovar qual o público interessado nesta temática, qual o seu conhecimento atual acerca da matéria, quais os conteúdos mais aliciantes e qual a importância da sua divulgação a nível editorial.

Construímos o projeto editorial da revista *Moldura* (título, programa, estrutura temática, dimensão, periodicidade, suporte editorial, públicos) e desenvolvemos o projeto gráfico. Sujeitámos o projeto à avaliação de peritos na área do design e da cultura imaterial.

Com esta investigação e conceção do projeto gráfico demonstramos a importância do design no conhecimento, salvaguarda e divulgação dos saberes, costumes, tradições, música e outras expressões da cultura imaterial portuguesa.

PALAVRAS-CHAVE

Design Editorial; Design Gráfico; Cultura Imaterial; Portugal; Revista

ABSTRACT

This dissertation intends to create a magazine dedicated to Portuguese immaterial culture. The relevance of the topic is justified by the nature and importance of content as the need for a publication such as a publishing editorial project with a consistent graphic design.

Our research focuses on the creation of a graphic project, based on an editorial program previously defined and on state reasons and context of a cultural magazine which aims to address the Portuguese intangible culture, both aspects linked to the heritage and contemporary creation. Based on the state of the art, it was extremely important to realize a theoretical background about such periodicals as well as intangible culture and editorial design. We highlight some of the most striking magazines at the conceptual, cultural and artistic that allow us to fit our project.

We applied an exploratory questionnaire, in order to validate the relevance of the project. With this process we could also confirm which public are interested in this subject, what is their current knowledge on the subject, the most appealing subjects and the importance of disclosure in the editorial level.

We built the publishing project of *Moldura* (title, program, structure, size, frequency, editorial support, public) and developed the graphic design project. We submit the project to the evaluation of experts in the area of design and immaterial culture.

With this research and graphic design project we demonstrate the importance of design on knowledge, safeguarding and dissemination of knowledge, customs, traditions, music and other expressions of immaterial culture of Portugal.

KEYWORDS

Editorial design, Graphic design; Intangible Culture; Portugal; Magazine

À melhor mãe do mundo.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro Lugar gostaria de agradecer à minha Orientadora Científica Maria Calado e à minha Coorientadora Científica Elisabete Rolo, pela disponibilidade e apoio prestados ao longo da investigação.

Gostaria de agradecer individualmente, ao designer Dieter Hofrichter por ter cedido livremente a fonte Corda para uso exclusivo nesta investigação e à fotógrafa Chloe Dewe Mathwes pela grande ajuda ao disponibilizar todas as fotografias da sua exposição em Portugal sobre os Caretos de Lazarim.

Aos meus amigos Patrícia Fernandes e Paulo Bailhote por terem disponibilizado material fotográfico e de conteúdo.

A todos os colegas e professores que, de alguma maneira, me ajudaram e ensinaram a profissão de designer de comunicação, partilhando as suas experiências, conhecimentos e visões.

Aos amigos que sempre me ajudaram e apoiaram ao longo desta dissertação.

À minha namorada por ter-me apoiado, ajudado e acompanhado em tudo, ao longo deste processo de investigação.

E um especial agradecimento à minha linda família. À minha mãe que sempre me apoiou e deu forças quando mais precisei, à minha irmã que esteve sempre disponível a ajudar-me em qualquer situação e à minha avó que sempre se preocupou com o meu bem estar físico e psicológico. Obrigado por todo o apoio, ajuda, preocupação, dedicação e por me terem proporcionado esta vida académica, mesmo passando por tempos difíceis.

O meu muito obrigado.

*Readers form an emotional bond with their favourite titles — both for their content and the way they are presented — and the magazine is consequently one of the few areas where the average person gives any thought to graphic design*¹
(Foges, C 2000, p.11).¹

“No património material, o mais importante são as coisas; no património imaterial, o principal são as pessoas”
(Cabral, C 2011, p.16).

¹ T.L.: Os leitores formam um elo emocional com as suas publicações favoritas – quer pelo seu conteúdo quer pelo modo como se apresentam – e a revista é, consequentemente, uma das poucas áreas em que a pessoa média atribui alguma relevância ao design gráfico.

SUMÁRIO

1	Introdução
2	Design e Património Cultural Imaterial
3	Estrutura e Organização da Revista <i>Moldura</i>
4	Projeto Gráfico — <i>Moldura</i> , Revista de Cultura Imaterial Portuguesa
5	Conclusões e Considerações Finais
6	Elementos Pós-Textuais
7	Anexos

Este documento foi escrito com a fonte **Corda** de Dieter Hofrichter e **DIN Std**, fonte publicada pelo DIN.

Este documento foi escrito ao abrigo do novo acordo ortográfico.

ÍNDICE

v	Resumo
v	Palavras-Chave
vii	Abstract
vii	Keywords
ix	Dedicatória
xi	Agradecimentos
xiii	Epígrafe
xv	Sumário
xvii	Índice
xx	Índice de Figuras
xxiii	Acrónimos e Abreviaturas

1 1 Introdução

4	1.1	Objecto de Estudo
5	1.2	Questão de Investigação
5	1.3	Objectivos
6	1.4	Metodologia
6	1.4.1	Organograma do processo de Investigação
8	1.5	Disseminação
8	1.6	Organização da Dissertação

11 2 Design e Património Cultural Imaterial

13	2.1	Comunicação e Design Gráfico
13	2.1.1	Comunicação
13	2.1.2	Teoria da Comunicação
15	2.1.3	Semiótica
15	2.1.4	Sinais e Códigos
16	2.1.5	Design Gráfico
19	2.2	Design Editorial
22	2.3	Revistas Culturais em Portugal — Estudo de Casos
22	2.3.1	<i>A Gazeta de de Lisboa</i>
23	2.3.2	<i>A Paródia</i>
24	2.3.3	<i>Contemporânea</i>

26	2.3.4	Orpheu
28	2.3.5	ABC
30	2.3.6	Presença
32	2.3.7	Panorama
33	2.3.8	Almanaque
34	2.3.9	Colóquio
35	2.3.10	A Tabacaria
37	2.3.11	Egoísta
39	2.4	Design Gráfico e Património Cultural Imaterial
44	2.5	Referências Bibliográficas

47	3	Estrutura e Organização da Revista <i>Moldura</i>
49	3.1	O papel do Design nas Publicações Periódicas
51	3.1.1	Quem produz revistas?
54	3.1.2	O Designer como Produtor
56	3.2	A Revista como meio de Comunicação
62	3.3	Pertinência de uma Revista de Cultura Imaterial Portuguesa
62	3.3.1	Questionário Exploratório
63	3.3.2	Análise de Dados
69	3.4	Enquadramento, Conceito, Título e Identidade da revista <i>Moldura</i>
69	3.4.1	Enquadramento
69	3.4.2	Conceito
70	3.4.3	Título e Identidade
71	3.5	Plano Editorial
71	3.5.1	Conteúdos e Estrutura
77	3.5.2	Periodicidade
78	3.5.3	Artigos de Abertura
78	3.5.4	Destaques
79	3.6	Referências Bibliográficas

81	4	Projeto Gráfico — Moldura, revista de cultura imaterial Portuguesa
83	4.1	Estudos Iniciais
85	4.2	Processo Editorial
85	4.2.1	Objecto
87	4.2.2	Estrutura Editorial
90	4.2.3	Navegação
92	4.2.4	Tipografia
92	4.2.4.1	A importância da tipografia num projeto de design e a importância da legibilidade
93	4.2.4.2	Escolha do formato
96	4.2.4.3	Escolha do tipo de letra

96	4.2.4.4	Tratamento tipográfico do texto
96	4.2.4.5	Hierarquia tipográfica
96	4.2.5	Layout e Grelhas
98	4.2.6	Capa e Contracapa
100	4.2.7	Coerência da Linguagem Visual
103	4.3	Processo de Escolha de Técnicas e Materiais
103	4.3.1	Produção Gráfica
103	4.3.1.1	Formato
105	4.3.1.2	Papel
105	4.3.1.3	Cor
106	4.3.2	Uso da tipografia
114	4.3.3	Imagens
116	4.3.4	Separadores
117	4.3.5	Agenda
119	4.4	Validação — Opinião de Especialistas
119	4.4.1	Validação Jorge Silva
121	4.4.1.1	Alterações efectuadas após validação
124	4.4.2	Validação Clara Bertrand Cabral
127	4.5	Revista <i>Moldura</i>
134	4.6	Referências Bibliográficas

137	5	Conclusão
139	5.1	Conclusões e Considerações finais
143	5.2	Recomendações para prosseguimento da investigação

145	6	Elementos Pós-Textuais
147	6.1	Referências Bibliográficas
151	6.2	Bibliografia
158	6.3	Glossário

161	7	Anexos
163	7.1	Ficha de Análise de Publicações Periódicas
163	7.1.1	Anexo A
167	7.1.2	Anexo B
181	7.2	Questionário Exploratório Revista de Cultura Imaterial Portuguesa
181	7.2.1	Anexo C
185	7.2.2	Anexo D
195	7.3	Validação e Pertinência — Clara Bertrand Cabral
195	7.3.1	Anexo E

ÍNDICE DE FIGURAS

7	FIGURA 1	Organograma do Processo de Investigação	33	FIGURA 18	Almanaque outubro 1960,
14	FIGURA 2	Modelo de estrutura triangular A, B, X adaptado	33	FIGURA 19	Almanaque agosto 1960,
22	FIGURA 3	A Gazeta de Lisboa, nº1, 1715	33	FIGURA 20	Almanaque fevereiro 1960,
23	FIGURA 4	A Gazeta de Lisboa, nº12, 1715	34	FIGURA 21	Colóquio
23	FIGURA 5	A Paródia, nº1, 1900	34	FIGURA 22	Colóquio
24	FIGURA 6	A Paródia, nº1, 1900	35	FIGURA 23	Tabacaria, fevereiro 1966
25	FIGURA 7	Contemporânea, nº2, 1922	36	FIGURA 24	Tabacaria, fevereiro 1966
25	FIGURA 8	Contemporânea, nº2, 1922	36	FIGURA 25	Tabacaria, fevereiro 1966
26	FIGURA 9	Orpheu, nº1, 1915,	37	FIGURA 26	Egoísta, 2000
28	FIGURA 10	Orpheu, nº1, 1915,	38	FIGURA 27	Egoísta, 2000
29	FIGURA 11	ABC Revista Portuguesa	38	FIGURA 28	Egoísta, 2000
29	FIGURA 12	ABC Revista Portuguesa	49	FIGURA 29	Jornal i, 13 outubro 2009
30	FIGURA 13	Presença, 1935	50	FIGURA 30	Is Not Magazine
31	FIGURA 14	Presença, 1927	56	FIGURA 31	La Gazette de France, 1631
31	FIGURA 15	Presença, 1938	63	FIGURA 32	Género da amostra
32	FIGURA 16	Panorama, 1941	63	FIGURA 33	Idade da amostra
32	FIGURA 17	Panorama, 1941	64	FIGURA 34	Habilitações Literárias
			65	FIGURA 35	Resposta à questão 1

65	FIGURA 36	Resposta à questão 2	100	FIGURA 55	Capa nº1, Revista Moldura, 2013
65	FIGURA 37	Resposta à questão 3	100	FIGURA 56	Proposta capa nº2, Revista Moldura, 2013
65	FIGURA 38	Resposta à questão 4	101	FIGURA 57	Propostas de apresentação de número especial, Revista Moldura, 2013
66	FIGURA 39	Resposta à questão 5	101	FIGURA 58	Apresentação de um número especial, Revista Moldura, 2013
66	FIGURA 40	Resposta à questão 6	102	FIGURA 59	Título da revista, Revista Moldura, 2013
67	FIGURA 41	Resposta à questão 7	102	FIGURA 60	Sobreposição de revistas, Revista Moldura, 2013
84	FIGURA 42	Estudos iniciais de grelhas e ilustrações, Revista Moldura, 2013	102	FIGURA 61	Pormenor ilustração, Revista Moldura, 2013
88	FIGURA 43	Folha de conteúdos, Revista Moldura, 2013	102	FIGURA 61	Pormenor ilustração, Revista Moldura, 2013
90	FIGURA 44	Índice e Ficha Técnica, Revista Moldura, 2013	104	FIGURA 62	Formato, Revista Moldura, 2013
91	FIGURA 45	Índice e Ficha Técnica, Revista Moldura, 2013	104	FIGURA 63	Imposição, Revista Moldura, 2013
91	FIGURA 46	Separador, Revista Moldura, 2013	105	FIGURA 64	Imposição, Revista Moldura, 2013
95	FIGURA 47	Fonte DIN Std, Revista Moldura, 2013	106	FIGURA 65	Aplicação tipográfica, Revista Moldura, 2013
95	FIGURA 48	Fonte Corda, Revista Moldura, 2013	107	FIGURA 66	Guias, Revista Moldura, 2013
97	FIGURA 49	Grelha de Construção, Revista Moldura, 2013	107	FIGURA 67	Baseline Grid, Revista Moldura, 2013
98	FIGURA 50	Spread, Revista Moldura, 2013	108	FIGURA 68	Títulos, Revista Moldura, 2013
98	FIGURA 51	Spread, Revista Moldura, 2013	109	FIGURA 69	Destaques, Revista Moldura, 2013
98	FIGURA 52	Spread, Revista Moldura, 2013	110	FIGURA 70	Ficha Técnica, Revista Moldura, 2013
98	FIGURA 53	Spread, Revista Moldura, 2013	111	FIGURA 71	Índice, Revista Moldura, 2013
99	FIGURA 54	Capa, Contracapa e Lombada, Revista Moldura, 2013	112	FIGURA 72	Verso Contracapa, Revista Moldura, 2013

113	FIGURA 73 <i>Agenda, Revista Moldura, 2013</i>	128	FIGURAS 93 <i>Revista Moldura, 2013</i>
114	FIGURA 74 <i>Projeto fotográfico de Chloe Dewe Mathews, Revista Moldura, 2013</i>	129	FIGURAS 94 <i>Revista Moldura, 2013</i>
115	FIGURA 75 <i>Processo de ilustração, Revista Moldura, 2013</i>	129	FIGURAS 95 <i>Revista Moldura, 2013</i>
116	FIGURA 76 <i>Processo de ilustração, Revista Moldura, 2013</i>	129	FIGURAS 96 <i>Revista Moldura, 2013</i>
117	FIGURA 77 <i>Separador, Revista Moldura, 2013</i>	129	FIGURAS 97 <i>Revista Moldura, 2013</i>
117	FIGURA 78 <i>Agenda, Revista Moldura, 2013</i>	130	FIGURAS 98 <i>Revista Moldura, 2013</i>
117	FIGURA 79 <i>Agenda, Revista Moldura, 2013</i>	130	FIGURAS 99 <i>Revista Moldura, 2013</i>
118	FIGURA 80 <i>Agenda, Revista Moldura, 2013</i>	130	FIGURAS 100 <i>Revista Moldura, 2013</i>
118	FIGURAS 81 <i>Agenda, Revista Moldura, 2013</i>	131	FIGURAS 101 <i>Revista Moldura, 2013</i>
122	FIGURA 82 <i>Alteração, Revista Moldura, 2013</i>	131	FIGURAS 102 <i>Revista Moldura, 2013</i>
122	FIGURA 83 <i>Alteração, Revista Moldura, 2013</i>	131	FIGURAS 103 <i>Revista Moldura, 2013</i>
123	FIGURA 84 <i>Alteração, Revista Moldura, 2013</i>	131	FIGURAS 104 <i>Revista Moldura, 2013</i>
123	FIGURA 85 <i>Alteração, Revista Moldura, 2013</i>	131	FIGURAS 105 <i>Revista Moldura, 2013</i>
124	FIGURA 86 <i>Alteração, Revista Moldura, 2013</i>	132	FIGURAS 106 <i>Revista Moldura, 2013</i>
127	FIGURAS 87 <i>Revista Moldura, 2013</i>	132	FIGURAS 107 <i>Revista Moldura, 2013</i>
127	FIGURAS 88 <i>Revista Moldura, 2013</i>	132	FIGURAS 108 <i>Revista Moldura, 2013</i>
127	FIGURAS 89 <i>Revista Moldura, 2013</i>	132	FIGURAS 109 <i>Revista Moldura, 2013</i>
128	FIGURAS 90 <i>Revista Moldura, 2013</i>	133	FIGURAS 110 <i>Revista Moldura, 2013</i>
128	FIGURAS 91 <i>Revista Moldura, 2013</i>	133	FIGURAS 111 <i>Revista Moldura, 2013</i>
128	FIGURAS 92 <i>Revista Moldura, 2013</i>	133	FIGURAS 112 <i>Revista Moldura, 2013</i>

ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

CMYK	Cyan, Magenta, Yellow, Black
Col.	Coleção
CRIA	Centro em Rede de Investigação em Antropologia.
DIN	Deutsches Institut für Normung — Instituto Alemão de Normalização / German Institute for Standardization
ed/eds	editor/editores
ed.	edição
FAUL	Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa
IJIH	<i>International Journal of Intangible Heritage</i>
p./pp.	página/páginas
PDF	é um acrónimo de Portable Document Format, Documento de formato portátil. Em informática é a norma de codificação de documentos em ficheiros que facilita o seu uso em equipamentos informáticos diversos (Faria, M & Pericão 2008).
pts	abreviatura de ponto americano, é um ponto tipográfico calculado por Nelson W. Hawks, que mede 0,01384 de polegada. Ponto tipográfico americano que foi adotado como unidade pelos fundadores de tipos norte-americanos (Faria, M & Pericão 2008).
Ref.	Referência /referências
rev.	revista
UNESCO	<i>United Nations Organization for Education, Science and Culture</i>
UL	Universidade de Lisboa
www	world wide web

1 Introdução

- 1.1 Objecto de Estudo
- 1.2 Questão de Investigação
- 1.3 Objectivos
- 1.4 Metodologia
- 1.5 Disseminação
- 1.6 Organização da Dissertação

1 Introdução

O presente trabalho de investigação foi desenvolvido no âmbito do mestrado de Design de Comunicação e consistiu na criação de uma revista de cultura imaterial portuguesa tendo como público alvo a população adulta com interesse pelas artes e pelas manifestações do património e da cultura imaterial (dissertação prática).

A escolha da referida temática teve como objectivo a preservação e divulgação da cultura imaterial portuguesa. Deste modo, a sua divulgação e valorização deverão ser interpretadas como um novo meio de conhecimento da cultura portuguesa assente numa perspectiva concebida por parte dos designers (ou sociedade).

Para iniciar esta investigação pareceu-nos fundamental aprofundar alguns conhecimentos relativos a algumas das mais importantes revistas culturais portuguesas, de modo a situar a nossa perspectiva de design neste contexto. Foi igualmente necessário iniciar a pesquisa inerente à definição de cultura imaterial, ou seja, como se define, em que é que se baseia, quais os elementos que a caracterizam, que problemas enfrenta.

A estrutura da revista é também aqui elaborada de forma sucinta de modo a ensaiar e testar uma estrutura organizativa. Para este efeito observámos algumas revistas sobre património imaterial e outras temáticas relacionadas. A partir desta observação constatamos que mesmo no plano internacional há ainda poucas publicações periódicas desta natureza e em Portugal a inexistência é real. Estas raras publicações, indirectamente relacionadas com a nossa temática, estão geralmente associadas a museus ou a meios académicos e destinam-se a públicos muito restritos.

No mercado atual português é possível verificar pouca variabilidade ao nível das publicações destinadas à cultura imaterial do País.

A estrutura da revista é para nós uma questão central, porque nos permite definir a organização dos conteúdos em função dos públicos alvo.

As temáticas abordadas na presente revista — *Moldura* — enquadram-se na área da cultura imaterial, sendo esta entendida como o conjunto dos saberes, modos de fazer, formas de expressão, celebrações, festas, danças populares, lendas, música e outros costumes de uma determinada cultura.

O projeto e a ilustração foram o atributo de relevância para a concepção gráfica e identidade da revista. Para tal efeito foi feita uma breve abordagem à ilustração editorial em geral no desenvolvimento da investigação.

1.1 Objecto De Estudo

O objeto de estudo presente nesta investigação de design de comunicação é o projeto editorial *Moldura*, apresentando-se esta como revista de cultura imaterial portuguesa.

Com o desenvolvimento desta investigação pretendeu-se conceber um projeto editorial de uma publicação periódica que conseguisse valorizar toda a temática da cultura contemporânea e património imaterial português. Para isso foi criada uma revista de cultura imaterial portuguesa, *Moldura*, que visa reforçar a identidade do povo português, preservando os seus costumes e manifestações culturais. A temática da cultura imaterial é também um assunto recente e de máxima importância. A cultura imaterial portuguesa deve, então, divulgar e preservar o mais rapidamente todas as suas manifestações culturais para que estas sejam lembradas e praticadas pelo seu povo, evitando assim a sua extinção.

Para Rocha, S & Nogueira, M (1995) a revista divide-se em quatro géneros: a ilustrada, a especializada, a de arte e a institucional, já Rocha, C (1985) defende que as publicações periódicas dividem-se em duas tipologias, as revistas e jornais literários, e as restantes revistas e jornais (sendo estes culturais, políticos, de opinião, entre outros.) Neste projeto editorial, objectiva-se que a revista *Moldura* se enquadre na tipologia de revista especializada de cultura (divulgando um conteúdo específico relativo a cultura e património imaterial português).

A revista *Moldura* não pretende ser equiparada com a revista *Etnográfica*, ou *Museologia.pt* ou mesmo com a revista internacional *International Journal of Intangible Heritage (IJIH)* que são publicações que apesar de tratarem de temáticas culturais, o seu público é muito específico, académico e científico.

A revista *Moldura* objetiva atingir um público adulto, de todas as áreas, estatutos e doutrinas, que se interesse pelas raízes culturais imateriais do seu país. A revista pretende assim atingir um estatuto de revista cultural de coleção, equiparando-se conceptualmente com revistas como a *Egoísta*, sem conotações académicas ou científicas, mas destacando-se pelo seu rico e distinto projeto gráfico e editorial.

1.2 Questão de Investigação

Ao delimitar o propósito da investigação surgiu então a questão que serviu de ponto de partida para todo o trabalho de investigação. A resposta a esta questão é defendida no decorrer da investigação.

Como pode o design de comunicação ajudar a divulgar e a preservar a cultura imaterial portuguesa?

1.3 Objectivos

Objetivo Geral

O objetivo geral consiste em demonstrar a relevância do design na comunicação e valorização da cultura imaterial.

Objetivo Especifico

O objetivo específico para este trabalho é criar um produto de design gráfico — revista — sobre a cultura imaterial portuguesa.

A criação desta revista visa também reforçar os laços com os costumes e sabedorias da vida quotidiana vividos pelo povo português.

1.4 Metodologia

Na realização do projeto de investigação a metodologia utilizada é qualitativa com abordagens não intervencionistas e intervencionistas.

Não intervencionista

Realizámos então uma abordagem teórica/revisão da literatura sobre o tema, onde abrangemos as áreas pertinentes para o desenvolvimento da investigação, o design de comunicação, o design editorial e a cultura e património imaterial. Dentro da revisão da literatura achámos pertinente a percepção do que se entende por cultura imaterial portuguesa.

De seguida adoptamos o método de estudo de casos, para analisar e comparar diferentes publicações culturais portuguesas que se destacaram ao longo dos tempos pelo seu nível conceptual, cultural, artístico e gráfico.

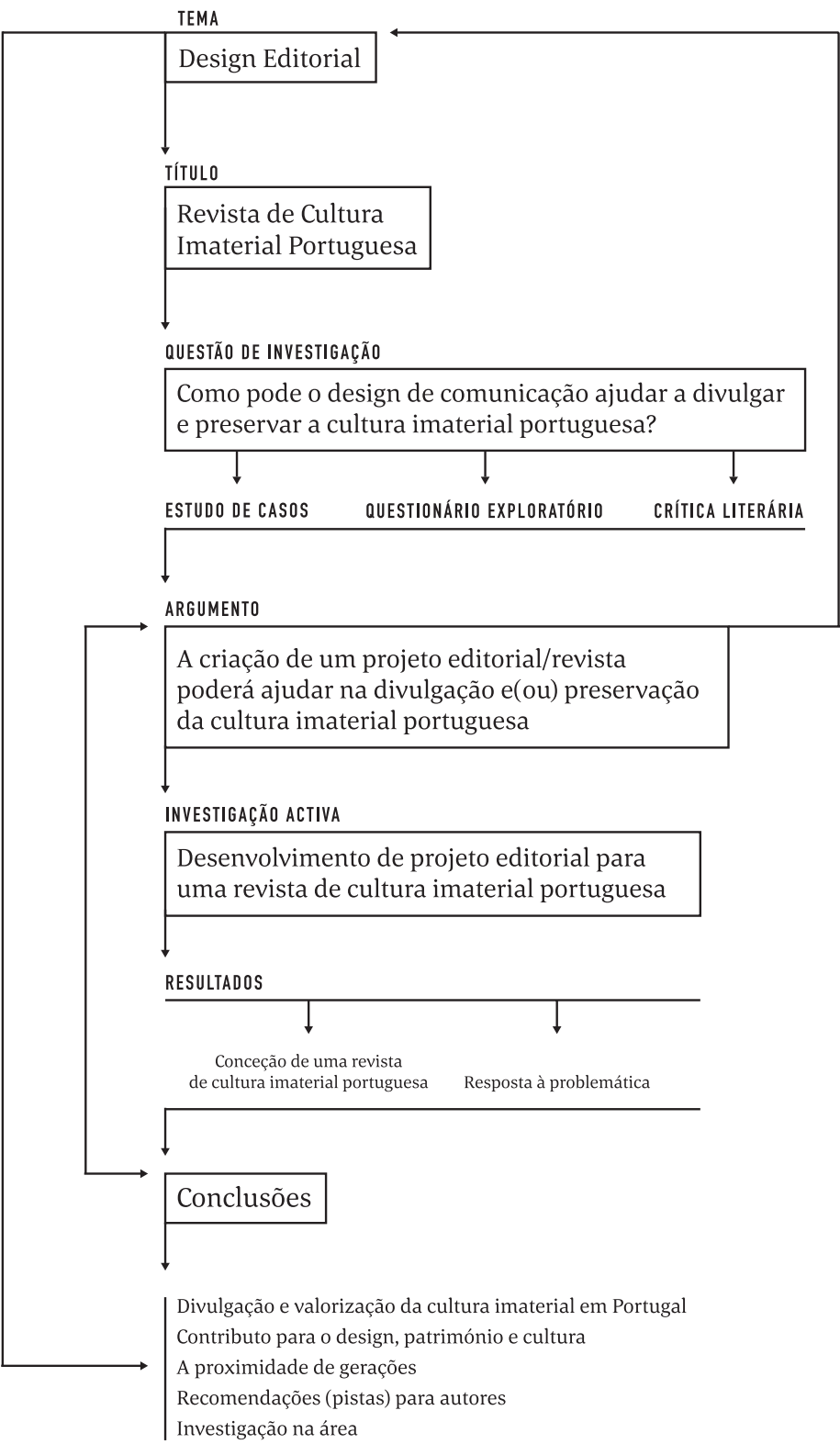
Realizámos ainda um questionário exploratório para comprovar qual o público interessado nesta temática, qual o seu nível de conhecimento desta matéria, qual os conteúdos mais aliciantes e qual a importância da divulgação desta tipologia cultural.

Intervencionista

No desenvolvimento do projeto editorial, foi definida uma estrutura para a revista que engloba duas vertentes. Cada número da revista poderá apresentar um carácter generalista ou fazer referência a uma temática singular capaz de abranger todo o seu conteúdo. Do início da revista fará sempre parte integrante um artigo editorial da responsabilidade da equipa editorial. Criou-se ainda a oportunidade de existir uma secção destinada a material diverso, como por exemplo, destaques de livros, exposições, eventos entre outros — a *Agenda*. Não houve intencionalidade em utilizar publicidade na referida publicação periódica, pois esta poderia interferir no seu conceito gráfico e contextual.

Para a validação do projeto editorial contámos com a ajuda do designer Jorge Silva e da Dr.^a Clara Bertrand Cabral. O designer Jorge Silva acompanhou e validou o projeto gráfico como designer editorial e diretor de arte, já a Dr.^a Clara Bertrand Cabral reforçou a sua pertinência nos aspectos de salvaguarda de património cultural imaterial defendidos pela UNESCO.

1.4.1 Organograma do processo de Investigação



• FIGURA 1
Organograma do Processo de Investigação
FONTE: Arquivo Pessoal

1.5 Disseminação

Para disseminar o projeto editorial, *Moldura, revista de cultura imaterial*, foi criada uma página no *facebook* (<https://www.facebook.com/revistamoldura>), rede social, com a finalidade de estabelecer contato direto com os leitores. Nesta página é possível trocar informações, de uma maneira mais prática, acerca de manifestações culturais que deveriam ser preservadas no âmbito da salvaguarda de património imaterial. Conseguimos, então, levar as comunidades a participar nas suas próprias ações de salvaguarda.

Esta investigação objetiva também ser depositada em bibliotecas, tais como a da Faculdade de Arquitetura de Lisboa (FAUL) sites e publicações editoriais, para ajudar no desenvolvimento de projetos de futuros investigadores, e para enriquecer o conhecimento do público interessado.

Existe a intenção de oferecer um exemplar a cada indivíduo que ajudou, de alguma maneira, na realização deste projeto editorial.

Há ainda a possibilidade do produto final (revista *Moldura*) poder ser publicada como revista de cultura imaterial portuguesa, de modo a dar a conhecer a todo o país a sua própria riqueza cultural.

1.6 Organização da Dissertação

Na introdução do presente documento é explicado o ponto de partida de toda a nossa investigação. Aqui é definido o objecto de estudo, a problemática, os objetivos a alcançar, a descrição da metodologia utilizada e a disseminação de todo o projeto.

No segundo capítulo são abordadas de forma sucinta as teorias em torno da comunicação, da semiótica, e do design gráfico, procurando, deste modo, demonstrar diferentes pensamentos de autores sobre o tema. Dando-se especial destaque ao design editorial como tema principal da Dissertação. Neste capítulo iremos aprofundar o significado de Património e Cultura imaterial, bem como explorar algumas publicações de referência cultural em Portugal, através da metodologia de estudo de casos.

O terceiro capítulo refere-se à definição da estrutura da revista, desde o seu aspecto gráfico ao plano editorial e suas edições temáticas. Para tal, achámos pertinente realizar uma breve abordagem ao aparecimento da revista, enquadrando-a numa perspetiva histórica e social. Para justificar a pertinência de uma revista de cultura imaterial portuguesa, serão apresentados no mesmo capítulo as respostas e respectivas análises a um questionário exploratório efetuado ao público em geral.

No quarto capítulo é documentado todo o procedimento criativo da revista *Moldura*, apresentando-se como uma revista de cultura imaterial portuguesa, desde os estudos iniciais até à validação. A validação foi elaborada pelo designer Jorge Silva e pela Dr.^a Clara Bertrand Cabral.

O quinto capítulo centra-se nas conclusões, considerações finais e nas recomendações para futuras investigações.

No sexto capítulo são apresentados os elementos pós-textuais; Ref. Bibliográficas, Bibliografia e Glossário que foram consultados ao longo da dissertação.

Em último lugar apresentamos os anexos que serviram de apoio a todo o projeto de investigação: Grelha de análise de Revistas Culturais, Grelha de análise de Revistas Culturais Preenchidas, Questionário Modelo, Resultados do Questionário, Validação de Clara Bertrand Cabral e revista *Moldura*.

2 Design e Património Cultural Imaterial

- 2.1 Comunicação e Design Gráfico
- 2.2 Design Editorial
- 2.3 Revistas Culturais em Portugal — Estudo de Casos
- 2.4 Design Gráfico e Património Cultural Imaterial
- 2.5 Referências Bibliográficas

2 Design e Património Cultural Imaterial

2.1 Comunicação e Design Gráfico

2.1.1 Comunicação

“Conhecer as imagens que nos rodeiam significa também alargar as possibilidades de contacto com a realidade; significa ver mais e perceber mais” (Munari, B 2009, pp.19-20).

Para Munari, B (2009),”Praticamente tudo o que os nossos olhos vêem é comunicação visual”(Munari, B 2009, p.80). A comunicação visual pode ser dividida entre casual e intencional. A comunicação casual pode ser interpretada de várias maneiras conforme o seu recetor, enquanto que a intencional deverá ser compreendida no seu ‘todo’, de acordo com o emissor.

“Assumo que a comunicação é central para a vida da nossa cultura: sem ela, toda e qualquer cultura morrerá” (Fiske, J 1993, p.14). Por esta razão, esta deve ser estudada no contexto da cultura onde se insere.

Para Barnard, M (2005), o design gráfico é um meio de comunicação, e comunicar é transmitir ideias, segundo Kalman, Hollis, Jobling e Crowley. Para estes teóricos o design gráfico é um meio que transporta/comunica uma mensagem de um sítio para outro, sendo assim, a comunicação é entendida como a transmissão de uma mensagem do emissor para um recetor. O designer tem de ser um transmissor neutro da mensagem que o seu cliente quer transmitir.

2.1.2 Teoria da Comunicação

A comunicação é mais uma daquelas atividades que toda a gente, usa e sabe o que é, mas não a sabem definir. A comunicação não é algo fácil de definir pois esta não se apresenta no meio físico, é uma área de estudo multidisciplinar. Podemos dizer que a comunicação está presente nas conversas interpessoais, na televisão, na nossa aparência entre outros sítios (Fiske, J 1993).

2 T.L.: Em primeiro lugar, a “fonte de informação” produz a “informação em bruto” que irá ser transmitida e o transmissor (encoder) transforma a informação num sinal adequado ao canal de comunicação. Em seguida, o recetor (descodificador) converte o sinal de volta para ‘a mensagem original’ e o destinatário recebe a mensagem. Ao mesmo tempo, o sinal está sujeito ao potencial “ruído”, que é uma “distorção”, ou uma “interferência” para com o sinal.

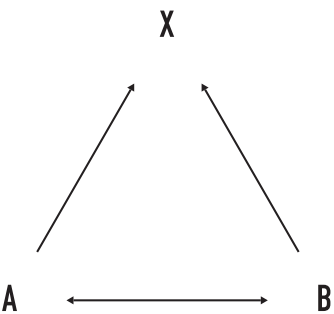
3 T.L.: Quem diz o quê, em que canal, para quem, com que efeito.

A comunicação é como um meio de transferência de informações entre as pessoas. A informação é o conhecimento de factos e acontecimentos. Meggs, P (1992) clarifica o seu modelo de comunicação dizendo:

First, the ‘information source’ produces the ‘raw information’ to be transmitted and the transmitter (encoder) transforms the information into a signal that is appropriate for the channel of communication. Then, the receiver (decoder) translates the signal back into ‘the original message’ and the recipient receives the message. All the while, the signal is subject to potential ‘noise’, which is a ‘distortion’ of, or an ‘interference’ with, that signal (Barnard, M 2005, apud Meggs, P 1992, p.20). ²

Existem modelos de comunicação mais recentes, entre eles destaca-se o de Lasswell, “*Who, says what, in which channel, to whom, with what effect*” (Barnard, M 2005, apud Fiske, J 1990, p.22).³ Uma das fragilidades deste modelo prende-se com a identificação do que é o “efeito”, este como não pode ser identificado, dificilmente se consegue comprovar/ verificar algum tipo de mudança.

O modelo de comunicação de Theodore Newcomb (1903-1984) tem como objetivo localizar/assinalar o papel da comunicação num contexto social, ou seja, manter um equilíbrio entre o sistema. Newcomb propõe então um modelo de estrutura triangular A, B, X, onde o A é o remetente/*sender*, o B é o recetor e o X é o ambiente social.



► FIGURA 2
Modelo de estrutura triangular A, B, X adaptado
FONTE: Barnard, M 2005, p.23
4 T.L.: Uma alteração em qualquer um destes elementos vai influenciar uma mudança nos outros.

A change in any one of these elements will effect a change in the others (Barnard 2005, p.23).⁴ Os problemas mais sérios que afetam todos estes modelos são a conceção da ‘intenção’ e da ‘eficácia’. A ‘intenção’ é algo que não muda desde a sua conceção até ao seu destino(noção de público alvo).

5 T.L.: meios de comunicação são os próprios meios de produção.

A ‘eficácia’ da comunicação é o ponto importante e a mensagem que chega ao recetor deve ser igual ou idêntica à transmitida. Raymond Williams argumenta que (...) *means of communication are themselves means of production* (Barnard, M 2005, apud Williams, R 1980, p.24),⁵ esta teoria limita o design gráfico a um meio de produção social.

2.1.3 Semiótica

A semiótica ou semiologia é o estudo dos símbolos e a forma como estes se relacionam. A semiologia tem três áreas de estudo, sendo elas o Signo (em toda a sua variedade, significado, e relação com as pessoas e seus usuários), os Códigos (e sistemas onde estes se organizam) e a Cultura no interior destes códigos (a sua dependência existencial e a sua forma) (Fiske, J 1993).

A atenção da semiótica é centrada especialmente no texto, o leitor ou recetor representa um papel mais ativo. “O leitor ajuda a criar o significado do texto, trazendo até ele a sua experiência, atitudes e emoções” (Fiske, J 1993, p.63).

Existem três grandes diferenças entre teorias da comunicação e teorias de semiótica. A natureza da comunicação, para a semiótica, é uma espécie de produção e troca de significados que criam de certa forma posições culturais nos remetentes e nos recetores. No mesmo contexto, a natureza da mensagem é algo que é construído e interpretado de acordo com os sinais, códigos e valores culturais do recetor.

O Significado individual da comunicação, ou seja, a mensagem que é recebida pelo recetor varia de acordo com toda a sua experiência, a sua origem cultural e social, fatores que irão influenciar a interpretação da própria mensagem (Barnard, M 2005).

2.1.4 Sinais e Códigos

Segundo Fiske, J (1993), a comunicação é uma atividade que envolve signos e códigos, sendo assim, os signos são “(...)artefactos ou actos que se referem a algo que não eles próprios, ou seja, são construções significantes”(Fiske, J 1993, p.14). Por outro lado os códigos apresentam-se como “(...)sistemas nos quais os signos se podem relacionar uns com os outros” (Fiske, J 1993, p.14).

Para a semiótica, a comunicação é a construção e a troca de significados, estes explicados em forma de sinais e códigos. Segundo Barnard, M (2005), para Saussure (1857-1913) os sinais são uma união entre o ‘significante’ e o ‘significado’. Entende-se por ‘significante’ a imagem que temos do objeto e por ‘significado’ o seu conceito. Os códigos ou estruturas dizem respeito a uma vertente cultural, uma vez que derivam de um conjunto de indivíduos que utilizam este tipo de sinais.

Para a Semiótica, a comunicação baseia-se na realização e troca de significados e não na transmissão de mensagens. A Comunicação é considerada um fenómeno cultural tal como na teoria da comunicação.

Contudo, é possível concluir que as teorias da semiótica serão as mais apropriadas ao design gráfico. Não descartando as teorias anteriormente citadas, muito pelo contrário, estas são totalmente capazes de explicar a produção e a troca de significados no meio cultural e social através de sinais e códigos. (...) *graphic design is a language not a message* (Barnard, M 2005, apud Bielenberg, J 1997, p.28),⁶ o design gráfico lida com imagens mas não da mesma maneira que a teoria da comunicação sugere.

O design Gráfico deve ser, segundo a teoria da semiótica, o ponto de interesse, pois este é como uma língua que se desenvolve/evolui/transforma dentro de um meio social e cultural muito próprio.

2.1.5 Design Gráfico

Graphic design must be totally embraced, body and soul (Heller, S & Fernandes, T 2010, p.14).⁷

O design gráfico é a essência da sua própria era, é um reflexo (expressão) do seu tempo a nível cultural, social, político e económico. O design gráfico apresenta-se como o conjunto de representações gráficas que quando conjugadas de certa maneira transmitem uma ideia. Essas representações podem ser letras, sinais, imagens. No design gráfico as imagens e o texto estão normalmente relacionados. A sua relação é decidida pelo designer, este determina o sentido da mensagem através da manipulação destes elementos. Neste sentido, a palavra impressa pode perder significado. Cabe então ao designer a tarefa de dar expressão à mensagem através de elementos gráficos, variações de tamanhos e imagens. A sua função também não

6 T.L.: design gráfico é uma língua e não uma mensagem.

7 T.L.: O design gráfico deve ser tratado como um todo, de corpo e alma.

se limita a transmitir a mensagem, esta tem de ser única. (Hol- lis, R 2001).

Outra das características do design é o contexto, ou seja, este também é definido pelo seu contexto. As diferentes interpretações de cada imagem dependem do seu enquadramento cénico, cultural, entre outros elementos caracterizadores do ambiente em que se insere.

Importa salientar que o que distingue uma obra de arte do design gráfico é que no design gráfico o uso de símbolos tem de ser adaptável. No Design Gráfico a mensagem que se quer transmitir tem de se adaptar tanto ao gosto do designer como à linguagem familiar e esperada por parte do cliente (utilizador). Para além de todos estes fatores, o designer também tem de ter em conta que o seu trabalho tem como objetivo a produção em massa.

A profissão de Designer só começou a ser reconhecida em meados do séc. XX.

Ao longo dos tempos, a tarefa de expressar graficamente ideias e pensamentos de forma cada vez mais concisa, direta e organizada era dos escribas, impressores e artistas. Contudo, com o desenvolvimento da industrialização e da cultura urbana, essa tarefa foi atribuída ao designer gráfico, expressão utilizada pela primeira vez por William Addison Dwiggins em 1922 para descrever a sua função como alguém que trazia estrutura e forma visual ao tipo de comunicação impressa. (Meggs, P & Purvis, A 2012).

Desde o final do séc. XX e no início do séc. XXI, a tecnologia e a eletrónica evoluíram a um passo galopante modificando várias áreas onde o trabalho humano era necessário, deste modo, as tarefas exercidas por técnicos foram substituídas por trabalho mecanizado.

Graphic design was irrevocably changed by digital computer hardware and software and the explosive growth of the Internet (Meggs, P & Purvis, A 2012, p.530).⁸

Já desde a Revolução industrial que é notória uma fragmentação/ divisão no processo de impressão da comunicação gráfica. O processo era dividido por várias áreas e profissionais, entre eles, designers gráficos, técnicos de tipografia, artistas de produção, operadores de câmara e fotógrafos. Nos anos noventa do século XX, graças à tecnologia digital, a maior parte destas

8 T.L.: O design gráfico foi irremediavelmente alterado pelo hardware e software do computador digital e pelo explosivo crescimento da Internet.

funções era controlada por uma pessoa num só computador. Esta tecnologia e software avançados permitiram que o design gráfico aumentasse o seu potencial a nível criativo, sendo mais fácil manipular as variantes de forma, cor espaço e imagem.

Neste contexto, é também de referir a importância da revolução digital. A revolução digital fez com que a marca Macintosh em 1984 introduzisse no mercado o seu primeiro computador. Este veio como uma ferramenta (*software* e *hardware*) económica e poderosa que permitia aos designers gráficos finalizarem os seus trabalhos a um ritmo mais acelerado e eficiente, dando-lhes mais autonomia.

Desktop publishing saved significant amounts of time and money in preparing pages for printing. Procedures including layout, type-setting, making position photostats, and pasting elements into position were all combined into a seamless electronic process (Meggs, P & Purvis, A 2012, p.531).⁹

Com os computadores, as impressoras e o rápido desenvolvimento da Internet durante os anos noventa, a comunicação e o acesso à informação mudou de tal forma que ultrapassou o impacto que Gutenberg causou no séc. XV.

Hoje em dia, o reconhecimento da profissão de Designer Gráfico deve-se em grande parte ao aparecimento do computador. Este apresenta-se como uma ferramenta empresarial de excelência que permite a evolução da cultura ao longo dos tempos (Heller, S & Fernandes, T 2010).

Segundo Hollis, R (2001), o design gráfico tem 3 funções. A principal função é identificar, saber o que é determinado objeto, as suas origens (como por exemplo letreiros, logótipos, rótulos, etc). A segunda função é conhecida como design de informação, ou seja, a função de informar e instruir relativamente à direção, posição e escala (ex.: mapas). A terceira e última função é a de apresentar e promover. Função que permite captar a atenção do público e torna-la única.

“O design gráfico se propôs ao trabalho das agências e estúdios e hoje em dia abrange não apenas anúncios publicitários mas também o design das revistas e jornais em que estes são publicados”(Hollis, R 2001, p.3).

“O design gráfico constitui uma espécie de linguagem, de gramática imprecisa e vocabulário em contínua expansão”(Hollis, R 2001, p.4).

9 T.L.: A paginação eletrónica salvou uma quantidade significativa de tempo e dinheiro na preparação de páginas para impressão. Os processos de layout, composição, posicionamento de imagens e outros elementos foram conciliados num processo eletrónico, sem costura.

2.2 Design Editorial

O design editorial é o grande foco desta dissertação prática, pois é nesta área de estudo que está inserido o nosso projeto prático/final — a revista de Cultura Imaterial Portuguesa — *Moldura*. O design editorial é uma disciplina que visa organizar o texto e a imagem para impressão em formato de livro, revista, folheto, entre outros formatos.

O design editorial é responsável pela ligação entre a informação e o leitor. Um livro tem uma organização gráfica completamente diferente de uma revista ou mesmo de um jornal. A organização e equilíbrio da mancha de texto de um projeto editorial deverá ter em conta o seu público alvo, visto que um dos objetivos do design editorial é contribuir para a facilidade de fazer chegar a mensagem adequada ao público adequado, mantendo uma linguagem gráfica atrativa.

O design editorial é uma disciplina que para além da fotografia/imagem e tipografia usa também a ilustração como forma de complemento à mensagem projetual. A ilustração, no caso da imprensa, é usada para acompanhar “(...)textos literários ou jornalísticos, em certos casos em contraponto com o texto e, muitas vezes, procurando, através de momentos notórios, sintetizar capítulos ou passagens da obra ou artigos no caso de jornais e revistas” (Rocha, S & Nogueira, M 1995, p.90).

A tipografia é parte obrigatória do design editorial. Esta consegue exprimir diferentes ideias através do seu desenho. A escolha da tipografia em qualquer publicação não deve ser ao acaso. Cada fonte transmite diferentes ideias e reflete diferentes épocas. O uso inapropriado da tipografia pode facilmente prejudicar a leitura, influenciando diretamente o sucesso da própria publicação.

There are two ways of viewing type: as striking visual elements that can completely change the attitude of the reader towards the printed page; or as mere background, that most readers aside from typographic geeks barely even notice. Both are equally true (Klanten, R et al. 2010, p.49).¹⁰

10 T.L.: Há duas maneiras de ver a tipografia: como elementos visuais marcantes que podem mudar completamente a atitude do leitor perante a página impressa ou como mero pano de fundo, como a maioria dos leitores que nem notam, aparte dos amantes de tipografia. Ambas as maneiras são igualmente verdadeiras.

11 T.L.: Uma boa tipografia é semelhante a sons e cheiros ambientes de uma sala — afetam o nosso humor, as nossas opiniões, e a nossa capacidade de concentração de maneiras que dificilmente notámos. (...) uma má escolha de fonte pode tornar uma publicação completamente ilegível.

Good typography is akin to the ambient sounds and smells of a room — it affects our mood, our opinions, and our ability to concentrate in ways that we scarcely notice. (...) a poor choice of body copy typeface might make an entire publication unreadable (Klanten, R et al. 2010, p.49).¹¹

Uma publicação de sucesso tem de proporcionar uma leitura agradável ao leitor e este tem de se sentir atraído a comprar o próximo exemplar. As revistas e os jornais são repetitivos, ou seja, o público alvo vai á procura do que já encontrou na 1ª edição — informação nova. No entanto, é preciso ter cuidado para nunca perder de vista o conceito que interessou o público em primeiro lugar (Klanten, R et al. 2010).

Para Klanten, R et al. (2010) os elementos essenciais para o sucesso de uma publicação são: o Conceito; a Forma; a Estrutura; a Navegação; a Tipografia; *Layout* e Grelha; a Capa; e a Linguagem Visual.

No que respeita à definição de Conceito, importa diferenciá-lo de todos os já existentes. Segundo Klanten, R et al.(2010), o conceito é a base de todos os projetos, ele tem a capacidade de definir o método de trabalho de um designer;

Quanto à Forma, é de referir que esta e o conteúdo têm de trabalhar em conjunto;

A Estrutura apresenta-se como outro elemento essencial ao sucesso, *The structure is the story — it is the beginning, the middle and the end* (Klanten, R et al. 2010, p.33).¹² É quem decide como começa cada história, em quantas páginas;

Relativamente à Navegação, consiste na maneira que o utilizador usa a publicação. O utilizador tem de saber onde está, em que secção, em que capítulo (ex.: número de página, hierarquia, legibilidade e impacto);

A Tipografia tem a capacidade de exprimir de imediato o conceito da sua publicação, a sua escolha deve ser tomada com cuidado;

Os elementos relativos ao *Layout* e à Grelha são a estrutura de uma publicação, ou seja, é o conjunto que tem a capacidade de manter a imagem e o texto juntos;

12 T.L.: A estrutura é a história — é o começo, o meio e o fim.

13 T.L.: Ao segurar um livro ou uma revista ou um jornal, no entanto, estamos a interagir com um objeto que foi produzido no mundo real, algo com peso e sensação que consegue revelar um pouco do espírito no qual foi criado. O cheiro, o toque, o virar de página, em conjunto, todos têm poder e significado em praticamente todas as culturas em todo o mundo. Estes são objetos que existem, para além do seu uso. Eles partilham as nossas vidas, por alguns minutos em nossas mãos ou sobre as nossas estantes durante décadas. A sua presença física é parte da sua narrativa.

Com a Grelha, é possível distinguir uma letra de uma palavra, ou mesmo uma palavra de uma frase;

A Capa apresenta-se como o primeiro contacto com o público, o trabalho do designer aqui é de captar o público alvo e manter o interesse ao ponto de julgar o conteúdo pela sua capa;

Por último, a Linguagem Visual de uma publicação mostra a sua opinião crítica do mundo, mostra o carácter da publicação. Manter uma linguagem visual consistente numa publicação é fundamental para o sucesso da mesma, não sendo, no entanto, uma tarefa fácil de conseguir.

If you pick up a book or a magazine or a newspaper, however, you are interacting with an object that was evoked in the real world, something with weight and sensation that contains something of the spirit in which it was created. The smells, the touch, the turn of one kind of page compared with another all have power and meaning in virtually every culture around the world. These are objects that exist, beyond when you put them down. They share our lives, for a few minutes in our hands or on our bookshelves for decades. Their physical presence is part of their narrative (Klanten, R et al. 2010, pp. 5-6).¹³

2.3 Revistas Culturais em Portugal — Estudo de Casos¹⁴

14 Consultar anexos A e B.

Ao longo do processo de recolha e seleção de informações, considerámos ser importante pesquisar acerca de algumas publicações portuguesas pertinentes para a investigação. De seguida, iremos destacar algumas revistas marcantes a nível conceptual, cultural e artístico, que permitem-nos assim, enquadrar o nosso projeto editorial de uma revista de cultura imaterial portuguesa.

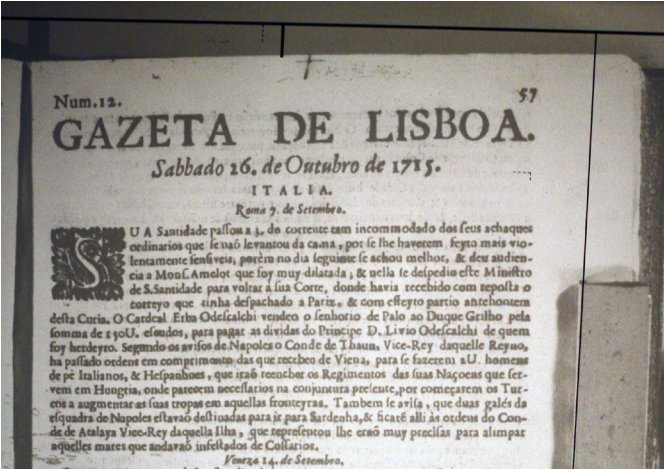
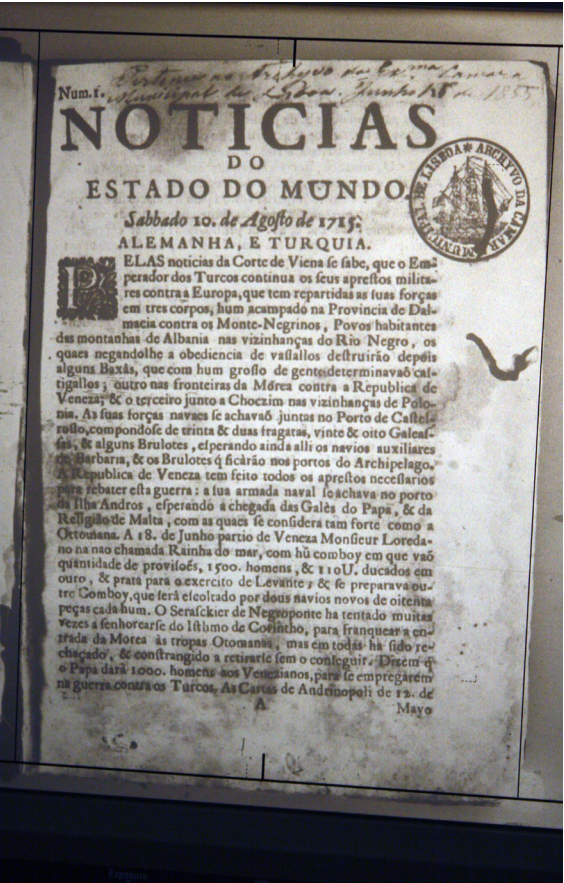
Das revistas encontradas importa salientar:

A *Gazeta de Lisboa*; a *Paródia*; a *Contemporânea*; a *Orpheu*; a *ABC*; a *Presença*; a *Panorama*; o *Almanaque*; a *Colóquio*; a *Tabacaria* e a *Egoísta*.

2.3.1 A *Gazeta de Lisboa* (1715-1833)

A *Gazeta* foi a principal publicação periódica de informação política do séc. XVIII. O seu primeiro número de 1715 foi responsabilidade de José Freire Monterroyo Mascarenhas, em Lisboa, na oficina de Pascoal da Sylva. O nome da publicação foi inconstante ao longo dos tempos, passando por *Notícia dos Estados*, *Gazeta de Lisboa Ocidental*, entre outros. Em 1820 a *Gazeta de Lisboa* e o *Diário do Governo* são editados simultaneamente, fundindo-se num só jornal em janeiro de 1821, mais tarde (em 1976), chamado de *Diário da República*.

• FIGURA 3
A *Gazeta de Lisboa*, nº1, 1715
FONTE: Arquivo Pessoal



A nível estrutural e gráfico, a *Gazeta de Lisboa* apresenta um *layout* pesado, maciço, constituído por um grande bloco de texto, com uma, no máximo duas colunas, títulos enormes, capitulares pouco ornamentadas, informações sobre a edição na capa, impressão a preto. É visível o pouco cuidado na apresentação do documento. Não existe publicidade.

2.3.2 A *Paródia* (1900-1907)

A *Paródia* foi uma importante revista de crítica social dirigida por Rafael Pinheiro e Manuel Gustavo Bordalo Pinheiro com colaboração literária de João Chagas. Esta revista foi muito influenciada por modernistas franceses e pela arte nova.

• FIGURA 4
A *Gazeta de Lisboa*, nº12, 1715
FONTE: Arquivo Pessoal

• FIGURA 5
A *Paródia*, nº1, 1900
FONTE: Arquivo Pessoal



As suas páginas eram repletas de ilustrações notáveis e muito parecidas a publicações internacionais. No seu conteúdo, o principal tema era a política, que era criticada ao extremo, acompanhada por caricaturas de personalidades políticas, como por exemplo, a do Zé Povinho.

A nível de estrutura, a revista apresenta um nível de complexidade diferente da *Gazeta de Lisboa*, é extremamente ilustrada, as figuras e o texto tendem a unir-se para dar sentido a toda a publicação. As cores vivas da capa, quase sempre com uma ilustração do tamanho da mesma, contrastam com o interior a uma cor. O texto é estruturado a duas colunas, no máximo três com muitos apontamentos ilustrativos. A publicidade é um elemento muito constante nesta publicação, ocupando, muitas vezes, páginas inteiras.

► FIGURA 6
A *Paródia*, nº1, 1900
FONTE: Arquivo Pessoal



2.3.3 *Contemporânea* (1915-1926)

Revista de arte e literatura moderna, dirigida por José Pacheko. A revista modernista surge em resposta ao escândalo provocado pelo modernismo gráfico e literário do primeiro número da revista *Orpheu* por parte de José Pacheko e muitos outros artistas, que visavam propor uma publicação que inspirasse a arte e a elegância na sociedade. Em 1915, a Primeira Grande Guerra trouxe de volta artistas de Paris que queriam trazer o ambiente artístico francês para Portugal. Tal ideia, não foi muito bem sucedida pois o grupo de artistas não estava preparado para tanta ousadia como José Pacheko pensara.

Esta era considerada mais um órgão do Modernismo português e intitulava-se como 'Revista feita expressamente para gente civilizada — revista feita expressamente para civilizar gente'.



A *Contemporânea* era uma “(...) revista modernista que se quer contemporânea <<num país que não o é>> e assume portanto uma missão civilizadora, (...)” (Rocha, C 1985, p.108).

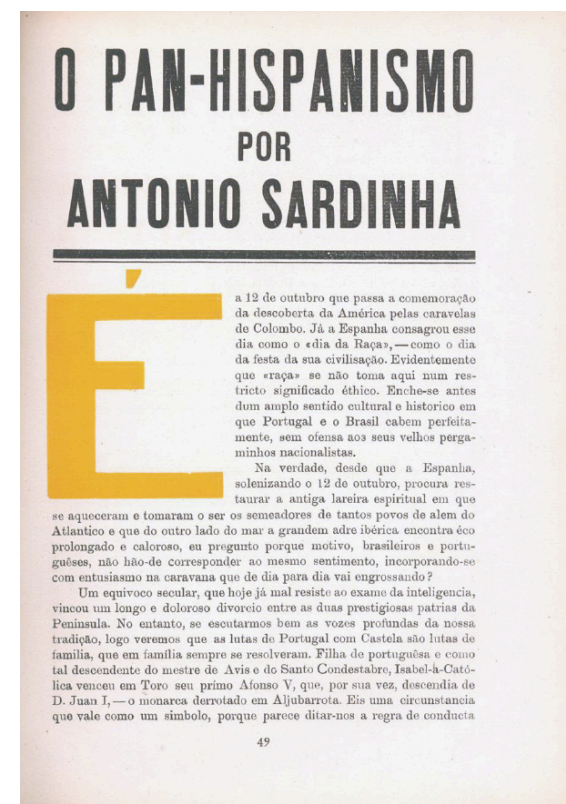
Tal como diz, o seu título, esta revista quer-se vincular ao presente mas o seu conteúdo editorial não era característico de uma publicação futurista apesar de ter publicado alguns dos textos mais marcantes do nosso modernismo, a revista manifesta interesses diversificados (artigos de música, desporto, política e ideologia, técnica, crítica de arte, intervenção e colaboração literária estrangeira) e caracteriza-se por ter uma função civilizadora (Rocha, C 1985).

Contemporânea foi também uma revista pioneira em Portugal, onde se convergiam opiniões e debates por todos os que se interessavam por arte e tinha como referência os movimentos vanguardistas do resto da Europa, tentando assim, fugir ao enclausuramento das artes em Portugal.

A revista *Contemporânea*, editada de 1922 a 1926, mesmo não obedecendo à sua periodicidade mensal, cumpriu o seu papel de civilizadora, onde confrontou a elite nacional, agentes culturais e o público em geral, com propostas do mundo artístico e literário, tornando-se um catálogo das vertentes do modernismo em Portugal. Uma espécie de renovação cultural.

A nível gráfico é uma revista agradável ao olhar, com uma excelente com-

posição gráfica, composta por inúmeras ilustrações, vinhetas, imagens (pinturas e desenhos). A nível de cor são usadas sempre duas cores, o preto e mais uma. São igualmente utilizados diferentes tipos de papel. A publicidade acabou por ter um grande peso nesta revista, cuidadosamente tratada a



► FIGURA 7 e 8
Contemporânea, nº2, 1922
FONTE: Hemeroteca Digital s.d.

nível gráfico quase como se fosse uma obra de arte. Esta revista teve como colaboradores artísticos :

Alfredo Pimenta, Almada Negreiros, Álvaro de Campos, Amadeu Sousa-Cardoso, Antero de Quental, António Botto, António Ferro, António Sardinha, Aquilino Ribeiro, Artur Portela, Bernardo Marques, Camilo Pessanha, Carlos Mالهيو Dias, Columbano Bordalo Pinheiro, Dórdio Gomes, Eduardo Viana, Eugénio de Castro, Fernanda de Castro, Hipólito Raposo, Homem Cristo, João Ameal, Jorge Barradas, Leitão de Barros, Maria Amália Vaz de Carvalho, Mário de Sá-Carneiro, Ramalho Ortigão, Reinaldo dos Santos, Ramón Gómez de la Serna, Stuart Carvalhaes, Teixeira de Pascoaes, Teófilo Braga, Virgílio Correia, entre outros (Correia, R 2007).

2.3.4 *Orpheu* (1915)

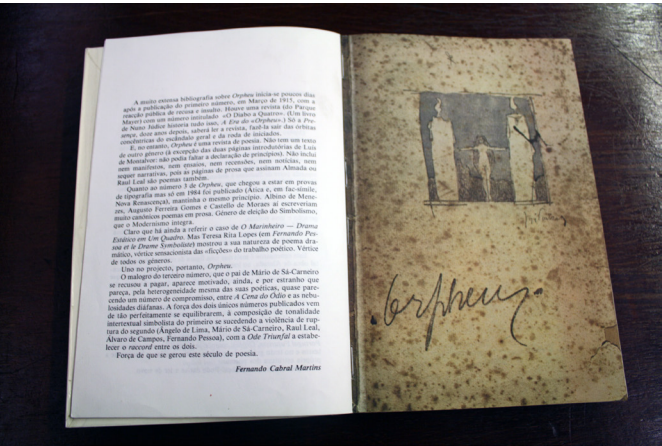
Revista Literária que iniciou o Movimento Modernista. A revista *Orpheu* nasceu em Lisboa em 1915. Muitos foram os fatores importantes para a criação desta publicação. Os mais importantes são a desadaptação de Fernando Pessoa e Mário Sá Carneiro ao Saudosismo literário praticado por outras publicações da época como a Revista Águia e as novas tendências artística europeias (cubismo e futurismo).

Fernando Pessoa e Mário Sá Carneiro, este último recém-chegado de França, estavam rendidos a uma nova maneira poética o ‘Paulismo’ (corrente artística onde se valorizava o vago, a sutileza e a complexidade).

Na baixa lisboeta reunia-se com frequência um grupo de artistas, entre eles, Cortes Rodrigues, Alfredo Guisado, Almada Negreiros, António Ferro que, juntamente com Fernando Pessoa e Mário Sá Carneiro, alimentavam a vontade de renovar e europeizar a arte e o pensamento português. Com

toda esta determinação por parte destes jovens artistas de criar uma revista literária, valeu-lhes o empreendedorismo de L. Da Silva Ramos que tratou de tornar realidade esta publicação, tornando-se mais tarde, o diretor da revistas em Portugal e Ronald de Carvalho o representante no Brasil. O nome da revista provém da personagem mis-

▼ FIGURA 9
Orpheu, nº1, 1915,
FONTE: Arquivo Pessoal



teriosa da mitologia helénica (Enciclopédia Luso Brasileira de Cultura 1992b).

“Orpheu é o balão de ensaio de múltiplas experiencias poéticas novas, que à semelhança do que aconteceu a outros modernismos além-fronteiras, abrem o caminho a toda a poesia contemporânea — no que toca quer a atitudes estéticas, quer a aspectos temáticos, quer a uma imagística, quer à libertação das formas (versilibrismo, rima branca, etc.)”(Rocha, C 1985, p.351).

Ao mesmo tempo que concorre decisivamente para afirmação da geração modernista, a *Orpheu* inclui ainda muitos textos ao gosto decadentista e simbolista (imagens crepusculares, símbolos, sinestesias, sugestões de Mallarmé, Baudelaire, Camilo Pessanha) ou ‘paúllico’ (cores, imagens, sintaxe poética, etc.) (Rocha, C 1985, pp.641-642).

A *Orpheu* tornou-se numa publicação com um ‘rosto próprio’ mas com traços característicos de diferentes gerações (Rocha, C 1985).

“A rev., como seria de prever, causou sensação e escândalo no pacato meio cultural do tempo (...)” (Enciclopédia Luso Brasileira de Cultura 1992b, pp.819-820).

Luís de Montalvor e Ronald Carvalho foram os diretores do número um da revista. O segundo número teve os seus impactos, este já dirigido por Fernando Pessoa e Mário Sá-Carneiro. Nesta publicação foi publicado um conjunto de poesias de Ângelo Lima enviadas do manicómio de Rilhafoles.

Da revista saíram 2 números, com colaborações de Mário Sá-Carneiro, Ronald de Carvalho, Fernando Pessoa, Álvaro de Campos, Alfredo Guisado, Almada Negreiros, Cortes-Rodrigues, Ângelo Lima, Eduardo Guimarães, Raul Leal e Luís Montalvor. O terceiro número da revista, que ficou em provas tipográficas devido a problemas financeiros e pessoais por parte do grupo, contava com a participação de Mário Sá-Carneiro, Albino Menezes, Fernando Pessoa, Augusto Ferreira Gomes, Almada Negreiros, P. Tomaz de Oliveira, C. Pacheco e Castelo de Moraes.

Contudo, apesar da sua breve circulação, Orpheu fez a poesia portuguesa alcançar uma nova estética, já orientada por novos caminhos (Enciclopédia Luso Brasileira de Cultura 1992b).

A nível gráfico, a capa da *Orpheu*, foi sempre executada com elementos simples, uma pequena ilustração a cores no primeiro número e um simples número dois na segunda edição, com o título em segundo plano. O título apareceu duas vezes com tipografias diferentes, uma escrita livre ‘à mão’ e outra mais industrial. A primeira capa foi a cores e a segunda já se apresenta a preto e branco.

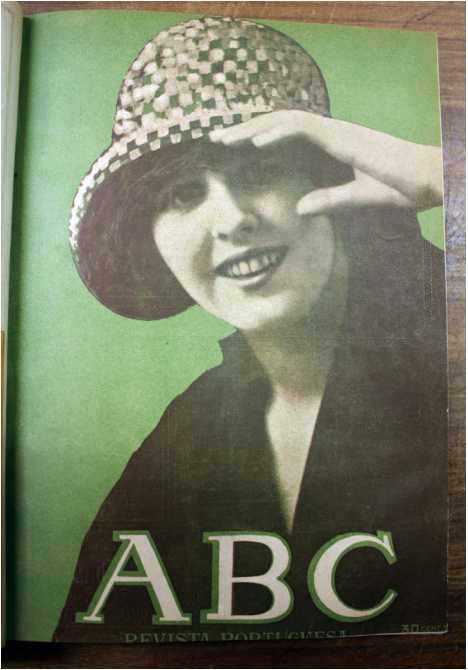
No interior da revista nota-se um grande descuido no seu tratamento gráfico a não ser na parte ilustrativa, pelos colaboradores. São usados grandes blocos de texto que tornam a leitura difícil e pouco interessante. Não há muita variedade de fontes, mantendo o essencial para hierarquizar títulos, índice, etc. O seu interior é sempre a preto, com ausência de cor.

▼ FIGURA 10
Orpheu, nº1, 1915,
FONTE: Arquivo Pessoal



2.3.5 ABC (1920-1940)

Revista portuguesa fundada por Mimon Anahory e Rocha Martins e teve como editores Fausto Vilar e Carlos Ferrão. Revista de assuntos variados e de moda, apresenta-se como uma revista de ilustração cosmopolita e moderna, que durante os anos 20, marcou as bancas com capas criativas de ilustrações de carácter caricatural. Grande parte das ilustrações foi feita por Jorge Barradas, mas houve participação de outros ilustradores como Emérico Nunes, Stuart de Carvalhaes, entre outros. O primeiro número da revista saiu em 15 de julho de 1920 e manteve-se até 1940 graças às mudanças de conteúdo, forma e propósito (Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992a).



▲ FIGURA 11
ABC Revista Portuguesa
FONTE: Arquivo Pessoal

A nível gráfico, a revista caracterizava-se por nunca manter o *layout* da capa. Este variava, tal como o logótipo da publicação, de número para número. A capa, era quase sempre compostas por uma ilustração/fotografia de página inteira com o título bem destacado. Este normalmente encontra-se centrado em baixo. As capas são sempre a cores, contrastando com o interior.

O interior da publicação era repleto de ilustrações e fotografias acompanhados de arranjos gráficos muito interessantes que se foram perdendo ao longo do tempo. O texto composto por 2/3 colunas. Existe ainda algum cuidado na escolha da tipografia, esta parece adequar-se aos conteúdos da revista. O seu interior é sempre a preto/ e ou 1 cor.

Na revista é possível observar diferentes publicidades, mas sempre de acordo com o design da revista, parece ser feito exatamente para ‘aquela’ revista em questão.

Na *ABC* colaboraram, além de Rocha Martins, João Grave, Luís Trigueiros, Gomes Leal, Manuel Ribeiro, Adolfo Coelho, Ferreira de Castro e Noberto de Araújo, entre outros. (O Fluxo, 2013; Almanaque Silva, 2013).



► FIGURA 12
ABC Revista Portuguesa
FONTE: Arquivo Pessoal

2.3.6 *Presença* (1927-1940)

Revista de arte e crítica literária, dirigida por Branquinho da Fonseca, J.Gaspar Simões e José Régio. O primeiro número da revista apareceu a 10 de março de 1927 em Coimbra e durou 13 anos.

O seu nome é uma resposta contra os saudosistas e os tradicionalistas. Este significa aparição, aparência, manifestação e plenitude. *Presença* era considerada como a defesa de uma arte em relação direta com o humano. Esta “(...) fazia cavalo de batalha do antiacademismo, defendendo valores de originalidade e sinceridade criadoras...”(Rocha, C 1985, p85).

Autoconsiderava-se uma ‘Folha de Arte e Crítica’, revelando-se desde logo antiacadémica e antiliterata, dirigida por jovens ligados ao meio académico e que, no campo da literatura, buscavam apenas, um veículo apto a expressar as suas inquietações.

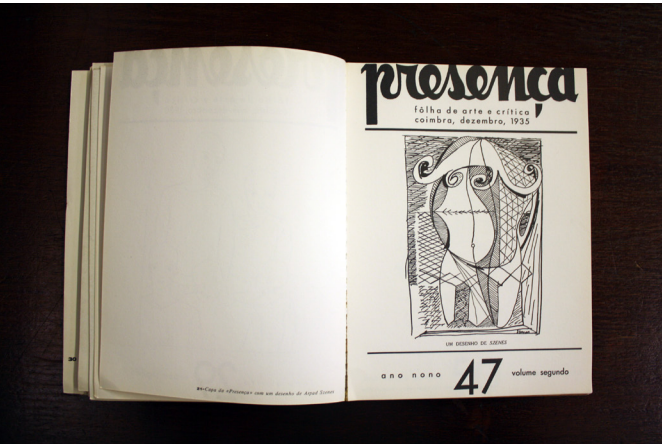
“A produção literária de *Presença* norteia-se por valores de originalidade e sinceridade, de exploração da psicologia individual e de reacção contra o academismo. No campo da crítica literária, *Presença* defende uma crítica subjectiva e impressionista” (Rocha, C 1985, p.647).

A *Presença* valoriza o individuo, no que ele tem de único e original, esta é a sua riqueza. “Importa que a obra de arte expresse uma individualidade: uma singularidade” (Enciclopédia Luso Brasileira de Cultura 1992c, p.1028).

A *Presença* revelou-se aberta a todas as manifestações artísticas de qualidade, na arte e literatura. É graças à *Presença* que os nomes do Orpheu (Fernando Pessoa, Mário de Sá-Carneiro. Almada Negreiros, entre outros) saem da sombra que os conferia o academismo atual. A *Presença* teve também um importante papel na divulgação das literaturas estrangeiras (nomeadamen-

te a francesa, a italiana, a russa e a brasileira) e de reabilitação da geração modernista portuguesa. A publicação mostra ainda interesse em áreas como o cinema, bailado, música, artes plásticas, arte popular, entre outras temáticas, pois esta refletia a vontade de reabilitar expressões artísticas consideradas ‘secundárias’.

▼ FIGURA 13
Presença, 1935
FONTE: Arquivo Pessoal



Ao longo dos seus números, é notório um aspeto gráfico cuidado e original, reflexo das colaborações plásticas de qualidade de Almada, Sarah Afonso, Mário Eloy, Dordio Gomes, Arlindo Vicente e outros (Rocha, C 1985). Graficamente, esta revista era diferente, destacando-se pela novidade, pelos diferentes tipos de papel, variedade de tipos gráficos e pelo cuidado na composição/arranjo das páginas. O seu primeiro número foi impresso em papel de embrulho. Já a segunda série adquiriu um diferente formato.

A Capa apresenta sempre uma composição muito centralizada, com o título no centro, bem destacado, acompanhado de quase sempre ilustrações de artistas de renome, com informação do ano, edição e número.

No que respeita à tipografia, há destaque no título e na hierarquia das informações de capa. Todas as capas apresentam ausência de cor, sendo praticamente sempre a preto.

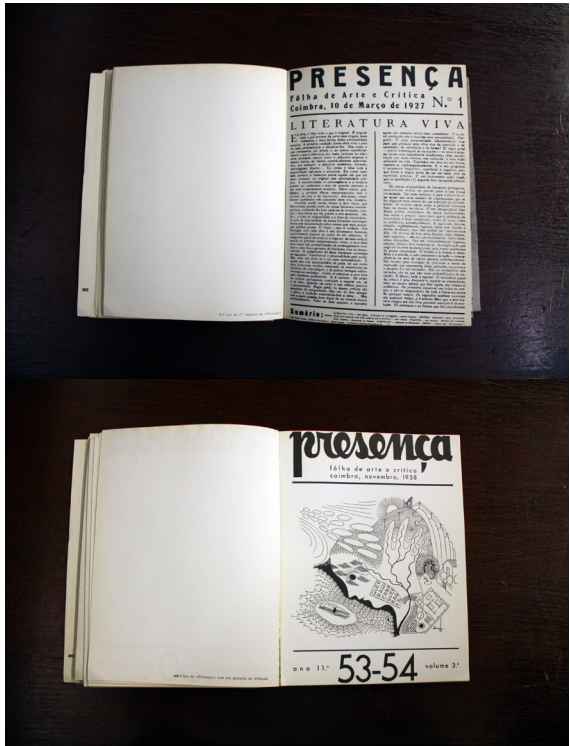
No interior é-nos possível observar que a publicação é composta por grandes blocos de texto em duas colunas, mostrando, por vezes, diferentes layouts para diferentes temáticas. Na tipografia são usadas diferentes fontes para diferentes temáticas, mantendo um design coerente ao longo de toda a publicação. No seu interior também o recurso à cor é inexistente.

Como diretores, a *Presença* teve Branquinho da Fonseca, João Gaspar Simões, José Régio, Adolfo Casais Monteiro e foi secretariada por Alberto de Serpa.

Para além de todos estes profissionais a *Presença* também teve colaborações de nomes ligados a diferentes gerações como Fernando Pessoa, Álvaro de Campos, Mário Sá-Carneiro, Ângelo de Lima, Raul Leal, Almada Negreiros, Luís de Montalvor, Adolfo Casais Monteiro, Adolfo Rocha, Alberto de Serpa, Alexandre d’Aragão, António Madeira (pseudónimo de Branquinho da Fonseca), António de Navarro, António Pedro, Edmundo Bettencourt, António de Sousa, Carlos Queiroz, Fausto José, Francisco Bugalho, João Falco (pseudónimo de Irene Lisboa), João Gaspar Simões, José Régio, Saul Dias, F. Namora, João José Cochotel, Mário Dionísio, entre outros.

▼ FIGURA 14
Presença, 1927
FONTE: Arquivo Pessoal

▼ FIGURA 15
Presença, 1938
FONTE: Arquivo Pessoal



2.3.7 *Panorama* (1941-1974)

“O turismo é a arte de animar em nós próprios o orgulho de sermos nacionais” (Rocha, C 1985, p.655).

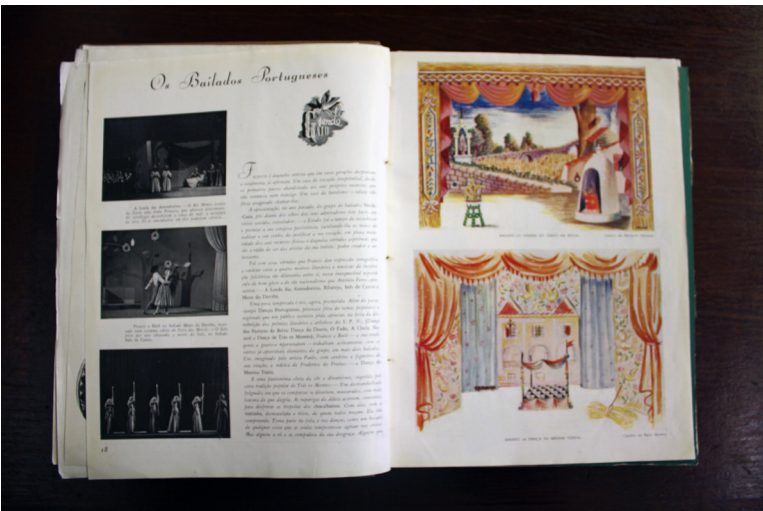


► FIGURA 16
Panorama, 1941
FONTE: Arquivo Pessoal

Revista portuguesa editada pelo Secretariado da Propaganda Nacional com a direção de António Ferro, tendo como diretor gráfico Bernardo Marques.

Foi a primeira revista modernista dedicada às artes plásticas e ao turismo. A *Panorama* teve sempre uma função cultural, no entanto, dela fazia parte uma propaganda à sua própria editora. Era uma revista profundamente ilustrada, os seus números nunca deixaram de prestar atenção à pintura, escultura, desenho e arquitetura, pelo contrário, reforçaram a ação do Estado Novo.

A revista era bem paginada, com várias colunas de texto integradas em harmonia com imagens e ilustrações. A sua edição era a preto e branco, à exceção da capa e de algumas ilustrações no interior. Nas ilustrações da revista participaram Bernardo Marques, Emmerico Nunes, Paulo Ferreira, Ofélia Marques, Eduardo Anahory, Manuel Lapa. O seu conteúdo literário beneficiou por colaboradores de relevo como J. Osório de Oliveira. Reynaldo dos Santos, Reis Santos, Diogo de Macedo, João Couto.



► FIGURA 17
Panorama, 1941
FONTE: Arquivo Pessoal

2.3.8 *Almanaque* (1959-1961)



► FIGURA 18
Almanaque outubro 1960,
FONTE: Sebastião Rodrigues,
Designer 2012b

Revista fundada por Figueiredo Magalhães, José Cardoso Pires com a colaboração dos artistas João Abel Manta, Sena da Silva, Luís Stau Monteiro, Augusto Abelaira, José Cutileiro, Sebastião Rodrigues, entre outros. O *Almanaque* não tinha qualquer estatuto de reconhecimento cultural a nível oficial devido aos tempos Salazaristas. Um almanaque é um tipo de revista muito específico. A revista durou dois anos e teve dezasseis números.

A nível gráfico, o *Almanaque* é das obras mais bem executadas, produto do trabalho do designer Sebastião Rodrigues. Esta publicação de dimensão reduzida, apresentava na sua edição duas a três cores no máximo, incluindo o preto. O texto era normalmente dividido em duas colunas. A ilustração é de grande

importância nesta publicação pois completa a informação de modo a transmitir o conceito de modo mais eficiente ao leitor. As capas eram um grande exemplo disso, por vezes, a ligação entre a capa e a contracapa era feita através de uma única ilustração. Os elementos gráficos (ilustrações, fotografias, grafismos) e o texto encontravam-se assim em plena harmonia ao longo de toda a publicação. O formato da revista era inspirado em formatos americanos, que traziam uma certa inovação e nobreza à publicação, aproximando-a mais do formato dos livros. A referida publicação era desprovida de publicidade (Ribeiro, P 2006).

► FIGURA 19
Almanaque agosto 1960,
FONTE: Sebastião Rodrigues,
Designer 2012a



► FIGURA 20
Almanaque fevereiro 1960,
FONTE: Sebastião Rodrigues,
Designer 2010



2.3.9 Colóquio (1971-1996)



FIGURA 21
Colóquio,
FONTE: Arquivo Pessoal

Colóquio, revista trimestral de artes, letras, música e bailado, é um “lugar de convivência de gerações diversas (...)”(Rocha, C 1985, p.665). A *Colóquio* é uma publicação de iniciativa de criadores com inclinações estéticas e ideológicas. Revista de propriedade da Fundação Calouste Gulbenkian, teve como conteúdo editorial rubricas de colaboração literária, crítica, inéditos, recensões críticas, arte, vários textos de diferentes autores, exposições, cartas de todo o mundo, festivais, poemas, entre outros. Os ilustradores estão devidamente identificados, bem como fotógrafos, editores, diretores. A partir de 1961 esta divide-se em *Colóquio/Letras* e *Colóquio/Artes*.

A *Colóquio/Letras* era uma revista de carácter universitário, que publicava tanto trabalho poético de artistas reconhecidos como de novos artistas. O seu conteúdo passava também por páginas de ficção, homenagens, inquéritos, ensaios de crítica e teoria literária e por vezes eram lançados números temáticos. Conseguir publicar algum trabalho na *Colóquio/Letras* era um grande fator de orgulho, “(...) conseguir publicar na *colóquio* (e isto vale tanto para os criadores como para os críticos literários) é uma espécie de <<garantia de valor>>, um <<visto>> para o reconhecimento público (...)” (Rocha, C 1985, p.92).



FIGURA 22
Colóquio
FONTE: Arquivo Pessoal

A *Colóquio* teve como diretores Hernâni Cidade, Jacinto do Prado Coelho, Hernâni Cidade e José-Augusto França.

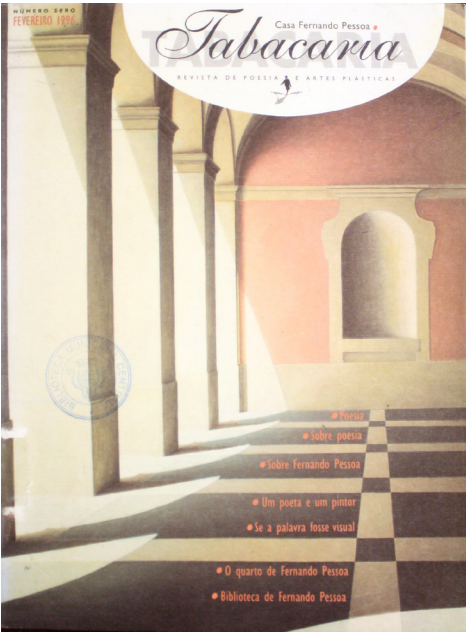
A nível gráfico, esta apresenta-se como uma revista de capa dura, com ilustração na capa, e tipografia pouco destacada, de forma a destacar claramente o título, embora este se tenha modificado um pouco ao longo dos tempos. O uso da cor não é poupado no que toca às ilustrações de capa, estas eram, quase sempre da autoria de um artista em destaque na edição.

“São ainda factores importantes na valorização das revistas, para além das capas e das ilustrações, aspectos materiais como o papel, o formato, os jogos tipográficos, as reproduções fotográficas, etc.”(Rocha, C 1985, p.167).

No interior, é possível confirmar o uso de duas cores, no máximo, ao longo da publicação. O texto apresenta-se quase sempre justificado em duas, máximo três, colunas. A composição gráfica é dominada por uma certa geometria central. Os títulos, hierarquias, são pouco destacados, o uso das fontes é limitado a duas, máximo três em toda a composição gráfica. Domina o preto/branco mas com apontamento de cor. A fotografia e a ilustração são utilizadas como material auxiliar de informação.

2.3.10 Tabacaria (1996-2001)

FIGURA 23
Tabacaria, fevereiro 1966
FONTE: Arquivo Pessoal



A revista *Tabacaria* é propriedade da Casa Fernando Pessoa e é uma publicação dedicada à poesia e às artes plásticas. A revista foi encomendada ao *Atelier B2* e foi desenhado por José Brandão e Teresa Olazabal Cabral. A revista manteve a sua linha editorial original até 2001.

A nível gráfico a *Tabacaria* é um exemplo de cuidado e sensibilidade gráfica e a sua composição geral é feita de acordo com os temas tratados.

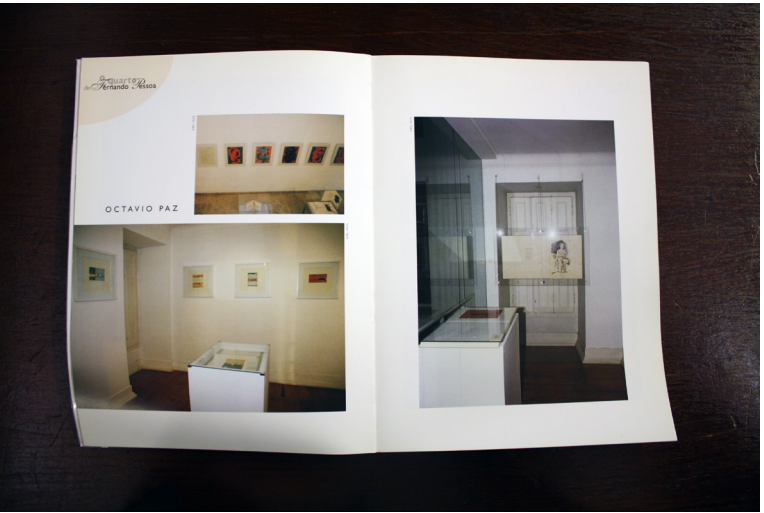
Na capa da publicação, o logótipo foi sempre o mesmo. O seu posicionamento é bem visível e apresenta-se sempre no mesmo sítio. Os conteúdos da revista aparecem sempre na capa mas são posicionados de modo a não prejudicar a leitura da imagem de fundo. A tipografia do logótipo é sempre a mesma, no

entanto, nota-se alguma variação na fonte dos conteúdos. A capa é quase sempre a cores e na maioria das vezes apresenta sempre uma imagem de fundo de autor, seja ela uma ilustração, fotografia ou pintura. O tema das ilustrações/pinturas/fotografias foram na maior parte das vezes relacionadas com o tema 'Fernando Pessoa'.



► FIGURA 24
Tabacaria, fevereiro 1966
FONTE: Arquivo Pessoal

No interior, o texto é composto por uma e duas colunas e é complementado por muitas imagens. A relação entre texto e imagem é muito equilibrada de modo a não retirar o protagonismo a nenhum elemento. Ao longo da revista é possível notar alguma variação nas fontes, sendo uma serifada e outra mais moderna. A publicação no interior é sempre a cores. Para além da poesia e das artes plásticas como conteúdo, a revista também traz uma agenda cultural de eventos relacionados com a Casa Fernando Pessoa.



► FIGURA 25
Tabacaria, fevereiro 1966
FONTE: Arquivo Pessoal

2.3.11 *Egoísta* (2000-2013)

A revista *Egoísta* é uma revista temática, onde cada numero era dedicado a um tema. A revista privilegiava artistas, autores, criadores, entre outros. Esta considerava-se uma revista de culto, diferente, e dizia ser mais aproximada de um livro por ser colecionável. A sua tiragem era trimestral e o seu ultimo número foi em dezembro de 2012, onde celebrou a sua 50.^a edição, cuja temática foram os 'Artistas'.



► FIGURA 26
Egoísta, 2000
FONTE: Arquivo Pessoal

A *Egoísta* começou a ser publicada em janeiro de 2000, sob a direção de Mário Assis Ferreira, vice-presidente do Conselho de Administração da Estoril Sol, SGPS, e a edição da escritora Patrícia Reis. Esta tem publicou os maiores nomes da literatura, artes e fotografia. De entre os autores que contribuíram para a revista contam-se Pedro Rolo Duarte, Cristina Carvalho, João Tordo, entre outros.

A revista *Egoísta* destacou-se pelo design original e arrojado, da responsabilidade do diretor de arte Henrique Cayatte(n.1957). Sendo a revista portuguesa mais galardoada de sempre com 41 galardões, segundo dados da Estoril Sol, a nível nacional e inter-

nacional. Segundo Patrícia Reis(n.1970), a revista *Egoísta* foi uma publicação de culto e sem carácter comercial. Sendo o projeto mais premiado da Europa, esteve no Louvre, envolveu mais de quinhentos colaboradores e promoveu a língua e a cultura portuguesa (Miguel, T 2013; Correio da Manhã 2013).

A nível gráfico a revista *Egoísta* mostra-se sempre como um projeto muito rico. Na capa é evidente observar o cuidado gráfico com que era feita a sua composição. Como se tratava de uma revista temática, todos os seu números eram diferentes, inclusive a capa, onde o uso de brilhos, vernizes, recortes, e outras tecnologias de impressão eram elementos intensificadores da expressão da revista. No seu aspeto gráfico, o logótipo da revista manteve-se sempre igual durante estes treze anos, bem como o seu posicionamento espacial na capa, quase sempre no topo. A tipografia usada na capa, bem como no interior é sempre a mesma.

► FIGURA 27
Egoísta, 2000
 FONTE: Arquivo Pessoal



A *Egoísta* revelava-se uma publicação moderna, onde o uso de cor, imagem, fotografia, e ilustração não era esquecido no seu interior. Ao nível da composição de texto e imagem, esta era composta por textos de uma, máximo duas colunas, onde se complementavam com imagens por vezes de página inteira. Não era só na capa que os efeitos e técnicas de impressão eram usados, no interior, o uso de recortes nas páginas, foi como um marco de identidade da revista *Egoísta*.

Como referimos anteriormente, a revista *Egoísta*, na sua última edição em dezembro de 2012, número 50, a revista lançou um número especial dedicado aos 'Artistas'. Nesta edição, a capa diferenciou-se pela originalidade, em formato de capa de transporte de equipamento de desenho pois a temática da revista era dedicada aos artistas.

Após a descrição sumária de alguns exemplos de revistas sobre cultura portuguesa, importa salientar que esta escolha serve de base teórica da investigação, pois estas revistas, no nosso entender, apresentam-se como um grande contributo a nível conceptual, cultural e gráfico para a sua época, tornando-se numa influência para os dias de hoje.



► FIGURA 28
Egoísta, 2000
 FONTE: Arquivo Pessoal

2.4 Design Gráfico e Património Cultural Imaterial

Há coisas que valem a pena serem preservadas. Muitas das razões pelas quais as pessoas se apegam a coisas é pelo seu valor icónico, é a sensação que as faz sentir como algo pertencente a um grupo, quer seja um país, uma tradição ou uma maneira de viver. Seja qual for a sua forma todas elas fazem parte de uma herança/património e é o nosso dever salvaguardar essas memórias (UNESCO s.d.).

15 T.L.: Então o que é o PCI [Património Cultural Imaterial]? São as práticas que as comunidades, grupos e indivíduos reconhecem como seu próprio património. É... o que eles dizem que é. Por outras palavras, simplesmente não sabemos o que é enquanto não lhes formos perguntar.

So what is ICH [Intangible Cultural Heritage]? It is practices that communities, groups, and individuals recognize as their heritage. It is...what they say it is. In other words, we simply don't know what it is until we go out and ask them (Halfstein, V 2007, p.8).¹⁵

O património cultural imaterial é, de todos, o tipo de património mais difícil de se definir. Apesar de toda a nossa vivência com elementos culturais imateriais no dia a dia, é-nos difícil definir e determinar a sua importância nas nossas vidas. Enquanto que no património material o mais importante são os bens materiais, no património imaterial o principal são as pessoas (Cabral, C 2011).

“Obra e gesto, dança e bailarino, história e contador passam a ser realidades indissociáveis que devem ser percebidas em conjunto e valorizadas em simultâneo”(Cabral, C 2011, p.16).

16 T.L.: Partilhámos expressões culturais que têm passado de geração para geração, têm evoluído em resposta ao meio ambiente e têm contribuído para a nossa identidade e continuidade (...)

We share cultural expressions that have been passed from one generation to another, have evolved in response to their environments and contribute to giving us a sense of identity and continuity (...) (UNESCO s.d., p.2).¹⁶

Entende-se como cultura imaterial o conhecimento que não foi ensinado por meio de livros, registos e ensinamentos, mas sim por práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões, que vão passando de geração para geração.

O património cultural imaterial manifesta-se nas tradições e expressões orais, nas artes do espetáculo, nas práticas so-

ciais, rituais e festividades, conhecimentos da natureza e do universo e técnicas artesanais tradicionais (UNESCO 2006).

O património cultural imaterial é a tradição, quer seja as velhas tradições quer as expressões contemporâneas; é inclusivo, ou seja, contribui para uma identidade de um grupo de modo a ajudar as pessoas a se sentirem parte de uma sociedade; é representativo, depende da comunidade para sobreviver e através dela esta será ensinada de geração para geração; baseia-se na comunidade.

17 T.L.: (...) património cultural imaterial só pode ser considerado património quando é reconhecido como tal pelas comunidades, grupos ou indivíduos que o criam, mantêm e transmitem-no.

18 T.L.: Para o intangível/imaterial se manter vivo, este deve permanecer relevante para a cultura e ser regularmente praticado e aprendido no seio das comunidades e entre gerações.

(...) intangible cultural heritage can only be heritage when it is recognized as such by the communities, groups or individuals that create, maintain and transmit it(...)(UNESCO s.d., p.5).¹⁷

For intangible to be kept alive, it must remain relevant to a culture and be regularly practiced and learned within communities and between generations(UNESCO s.d., p.7).¹⁸

O património cultural imaterial vai sofrendo alterações ao longo do tempo pois este está sujeito a ser “(...) recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio envolvente, da sua interação com a natureza e da sua história, e confere-lhes um sentido de identidade e de continuidade, contribuindo assim para promover o respeito da diversidade cultural e a criatividade humana” (UNESCO 2006, p.3).

O património cultural imaterial está a lutar contra a globalização cultural. Se este não for devidamente ajudado, compreendido e apreciado, poderá perder-se para sempre como algo pertencente ao passado.

Deste modo, é de extremo interesse preservar a cultura imaterial da “(...) globalização e de transformação social que tende a criar graves ameaças de degradação, desaparecimento e destruição do património cultural imaterial”(UNESCO 2006, p.2).

Existe um grande risco de se perder certos elementos do património cultural imaterial se estes não forem protegidos. Para tal, é preciso criar diferentes ações de salvaguarda. Estas medidas terão de ser diferentes das criadas para o património físico. A salvaguarda deste património significa transmitir conhecimento, aptidões e significado, ou seja, ao salvaguardar vai-se transmitir de geração a geração todo este conhecimento de forma a ser praticado, valorizado e apreciado por uma comunidade como parte da sua identidade.

19 T.L.: Comunidades e grupos que praticam estas tradições e costumes em todo o mundo têm seus próprios sistemas para a transmissão de conhecimentos e habilidades, geralmente depende do boca a boca ao invés de textos escritos.

20 “A Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, adotada na 32ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO, em Paris, a 17 de outubro de 2003, foi ratificada pelo Estado Português, através de Decreto do Presidente da República, nº 28/2008, de 12 de Marco, conforme publicação em Diário da República, I Série, nº 60, de 26/03/2008. A Convenção constitui no normativo internacional de maior relevância para o enquadramento da ação sobre o Património Imaterial, designadamente no âmbito dos respetivos inventários a realizar pelos Estados membros da UNESCO, competência que, no caso português, se encontra atribuída ao Instituto dos Museus e da Conservação” (Costa, P s.d.).

21 T.L.: Para proceder à salvaguarda do património cultural imaterial, deve-se começar pela identificação, documentação, pesquisa, preservação, promoção, valorização e transmissão desse património — nomeadamente através da educação formal e não-formal — bem como revitalizar alguns dos seus aspetos.

Segundo Cabral, C (2011), a UNESCO (*United Nations Organization for Education, Science and Culture*), é a entidade de referência que interfere na área da cultura à escala internacional transnacional. Sendo esta a única agência especializada da Organização das Nações Unidas para o setor do Património Cultural, o seu trabalho é definir conceitos e teorias relacionadas com o universo cultural pelo mundo inteiro. A UNESCO auxilia os seus estados membros a elaborar e implementar medidas para salvaguardar o seu património cultural. Todo o projeto afetado pela UNESCO ganha grande visibilidade e respeito.

Communities and groups who practice these traditions and customs everywhere in the world have their own systems for transmitting their knowledge and skills, usually dependent on word of mouth rather than written texts (UNESCO s.d., p.8).¹⁹

“A preservação, a protecção, a promoção e a valorização são medidas essenciais à sobrevivência de qualquer tipo de património,(...)” (Cabral, C 2011, p.126).

Em 2003 a UNESCO aprovou uma convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial,²⁰ tendo em vista fornecer um quadro jurídico, administrativo e financeiro a esta causa.

A convenção de 2003 tem como finalidade a salvaguarda do património cultural imaterial, o respeito ao património cultural imaterial de comunidades e grupos, a conscientização da sua importância e do seu reconhecimento, cooperação e assistência por parte de entidades internacionais (UNESCO 2006).

Initiates for safeguarding intangible cultural heritage might include identifying and documenting such heritage, research, preservation, promotion, enhancement or transmission of it — particularly through formal and non-formal education — as well as revitalizing various aspects of it (UNESCO s.d., p.8).²¹

A salvaguarda, como explica a convenção da UNESCO (2006), concretiza-se através medidas que garantem a viabilidade do património, como a identificação, a documentação, a investigação, a preservação, a protecção, a promoção, a valorização, a transmissão e a revitalização.

O processo de salvaguarda começa com a escolha por parte do comité internacional, que decide qual o património que

22 T.L.: Lista do Património Cultural Imaterial em Necessidade de Salvaguarda Urgente.

23 T.L.: Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade.

24 T.L.: As próprias comunidades devem participar na identificação e definição de seu património cultural imaterial: são elas que decidem quais as práticas integrantes do seu património cultural.

deve inscrever na lista. Existem duas listas. *List of the Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding*²² é a mais importante, pois as medidas de salvaguarda são tomadas rapidamente para expressões e manifestações que estão a perder continuidade e visibilidade. *Representative list of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*²³ é a lista que se certifica que visibilidade, consciência e diálogo ajudem a manter viva a cultura e a diversidade em todo o mundo, de modo a motivar a criatividade humana. Embora a nomeação do património cultural imaterial só possa ser efetuada pelo comité, este tem ser feito em total participação e consentimento da comunidade ou grupo de pertença da manifestação cultural em causa.

The communities themselves must take part in identifying and defining their intangible cultural heritage: they are the ones who decide which practices are part of their cultural heritage (UNESCO s.d., p.10).²⁴

A nível editorial é difícil encontrar algum tipo de publicação periódica dedicada exclusivamente a cultura imaterial. Em Portugal, até a data, não existe nenhuma publicação especificamente dedicada a este assunto. Contudo, as que mais se aproximam são a revista *Etnográfica* e a *Museologia.pt*.

Etnográfica

A revista *Etnográfica* fundada em 1997, é uma revista quadrimestral portuguesa de antropologia social e cultural. A revista publica artigos originais, privilegiando a qualidade e inovação da pesquisa empírica, da fundamentação teórica e da análise antropológica. A *Etnográfica* aborda ainda uma grande diversidade de contextos etnográficos, que tratam de alguns temas da cultura Imaterial. Estes artigos são publicados em português, inglês, espanhol e francês. Esta revista tem obtido as melhores classificações internacionais e está indexada nas principais bases de dados de revistas da especialidade (SCIELO Portugal, 2013).

A *Etnográfica* é a única revista portuguesa dedicada exclusivamente à antropologia social e cultural. Editada pelo CRIA (Centro em Rede de Investigação em Antropologia), “constitui um projeto dinâmico e consolidado, tendo-se afirmado como uma publicação científica de qualidade com vasto reconhecimento internacional”(CRIA, 2012).

Museologia.pt

A *Museologia.pt* é uma revista do Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) dedicada à reflexão, divulgação de questões ligadas aos museus e à museologia, práticas culturais contemporâneas nacionais. A revista é editada anualmente e é dirigida a técnicos de museus, docentes e estudantes de Museologia, Património, Conservação e Restauro, profissionais da área da cultura, visitantes e apreciadores de museus, entre outros. A estrutura da revista consiste num conjunto de artigos em torno de um tema específico em cada número da revista (IMC, 2013).

International Journal of Intangible Heritage

A nível internacional, encontramos o *International Journal of Intangible Heritage* (IJIH). O IJIH é uma publicação anual de cariz científico, de referência académica e é dedicado à promoção, preservação, estudo e interpretação da cultura imaterial pelo mundo. O público alvo desta publicação são profissionais e especialistas da área da museologia. Estes podem participar na linha editorial da publicação em questão, tal como na revista *Etnográfica*. O IJIH foi publicado pela primeira vez em maio de 2006 pelo *The National Folk Museum of Korea*, com a direção de Jinger Cheon (International Journal of Intangible Heritage, 2006).

2.5 Referências Bibliográficas

Almanaque Silva 2013, *ABC*, acessido 08 jun 2013, <<http://almanaguesilva.wordpress.com/?s=ABC>>.

Bernard, M 2005, *Graphic design as communication*, Routledge, London.

Cabral, C 2011, *Património cultural imaterial, convenção da UNESCO e seus contextos*, Edições 70, Lisboa.

Correia, R 2007, *Contemporânea [1915-1926]*, acessido 03 jan 2012, <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/Contemporanea.pdf>>.

Correio da Manhã 2013, *Publicação da revista egoísta suspensa*, acessido 20 jun 2013, <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/publicacao-da-revista-egoista-suspensa>>.

Costa, P s.d., “Museus, máscaras e património imaterial”, Rede Portuguesa de Museus.

CRIA 2012, *Centro em rede de investigação em antropologia*, acessido 10 jun 2013, <<http://cria.org.pt/site/>>.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992a, Editorial Verbo, Lisboa, **1**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992b, Editorial Verbo, Lisboa, **14**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992c, Editorial Verbo, Lisboa, **15**.

Fiske, J 1993[1990], *Introdução ao estudo da comunicação*, Edições Asa, Porto.

Hafstein, V 2007, “Recognizing Intangible Cultural Heritage”, in *Regional Seminar. Principles and Experiences of Drawing up ICH*

Inventories in Europe, Talin, Estónia, 14-15 maio 2007, acessido 03 fev 2012, <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00195-EN.pdf>>.

Heller, S & Fernandes, T 2010, *Becoming a graphic designer: a guide to careers in design*, 3ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Hemeroteca Digital s.d., *Contemporânea*, acessido 09 jun 2013, <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/CONTEMPORANEA/ContemporaneaPDF.htm>>.

Hollis, R 2001, *Design gráfico: uma história concisa*, Livraria Martins Fontes Editora Lda., São Paulo.

IMC 2013, *Instituto dos museus e da conservação, direcção-geral do património cultural: revista museologia.pt on-line*, acessido 10 jun 2013, <http://www.imc-ip.pt/ptPT/recursos/publicacoes/edicoes_online/museologia_pt/ContentDetail.aspx>.

International Journal of Intangible Heritage 2006, *About IJIH*, acessido 10 de Jun 2013, <<http://www.ijih.org/htmlPageMgr.ijih?cmd=about&manuType=01>>.

Klanten, R et al. 2010, *Turning pages: editorial design for print media*, Gestaltem, Berlim.

Meggs, P & Purvis, A 2012, *Meggs' history of graphic design*, 5ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Miguel, T 2013, *Patrícia Reis: a egoísta era uma revista de culto*, *Sol*, acessido 20 jun 2013, <http://sol.sapo.pt/inicio/Cultura/Interior.aspx?content_id=67712>.

Munari, B 2009, *Design e comunicação visual*, 6ª ed., Edições 70, LDA., Lisboa.

O Fluxo 2013, *Revista ABC*, acessido 08 jun 2013, <<http://www.ofluxo.net/revista-abc/>>.

Ribeiro, P 2006, *Design do livro em Portugal (1950-1985)*, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

Rocha, C 1985, *Revistas literárias do séc. XX em Portugal*, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, Vila da Maia.

Rocha, S & Nogueira, M 1995, *Design gráfico: panorâmica das artes gráficas II*, Plátano edições técnicas, Lisboa.

SCIELO Portugal 2013, *Etnográfica*, acedido 10 Jun 2013, <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_serial&pid=0873-6561&lng=en>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2010a, *Almanaque agosto 1960*, acedido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=125919270763356&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322754.&type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-b-lhr.xx.fbcdn.net%2Fphotos-prn1%2F31760_125919270763356_388456_n.jpg&size=720%2C645>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2010b, *Almanaque outubro 1960*, acedido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=123376844350932&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322755.&type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-b-lhr.xx.fbcdn.net%2Fphotos-ash3%2F30010_123376844350932_5556608_n.jpg&size=720%2C658>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2012, *Almanaque fevereiro 1960*, acedido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=479632478725365&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322745.&type=3&src=https%3A%2F%2Ffbcdn-sphotos-a-a.akamaihd.net%2Fphotos-ak-ash3%2F178136_479632478725365_670050798_o.jpg&smallsrc=https%3A%2F%2Fscontent-a-lhr.xx.fbcdn.net%2Fphotos-prn1%2F554224_479632478725365_670050798_n.jpg&size=999%2C904>.

UNESCO 2006[2003], “Convenção para a salvaguarda do património imaterial”, 17 de outubro, Paris.

UNESCO s.d., *What is intangible cultural heritage?*, acedido 31 mai 2013, <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-EN.pdf>>.

3 Estrutura e Organização da Revista *Moldura*

- 3.1 O Papel do Design nas Publicações Periódicas
- 3.2 A Revista como meio de Comunicação
- 3.3 Pertinência de uma Revista de Cultura Imaterial Portuguesa
- 3.4 Enquadramento, Conceito, Título e Identidade da revista *Moldura*
- 3.5 Plano Editorial
- 3.6 Referências Bibliográficas

3 Estrutura e Organização da Revista *Moldura*

3.1 O Papel do Design nas Publicações Periódicas

25 T.L.: **Faça o mesmo, faça de maneira diferente, uma e outra vez. Seja surpreendente, seja inesperado — seja consistente.**

Do the same, do it different, over and over again. Be surprising, be unexpected — be consistent (Klanten, R et al. 2010, p.12).²⁵

De acordo com Foges (2000), o papel do designer enquanto designer de revista é dar expressividade e personalidade aos elementos de orientação de forma a atrair o leitor construindo uma ponte para a fidelidade da marca. O designer tem também como desafio possibilitar ao leitor/destinatário uma fácil compreensão de todos os elementos de interesse.

Com o avançar dos tempos e a evolução da tecnologia, o designer viu-se obrigado a repensar o verdadeiro significado da revista. Segundo Blauvelt, A & Lupton, E, eds. (2011), a palavra ‘revista’ tem origem arábica e significa armazém. Este foi o ponto de partida para algumas publicações repensarem e alterarem o conceito, forma e estrutura das respetivas publicações de modo a atrair novos leitores.

São vários os exemplos ilustrativos destas reestruturações. Um dos exemplos a destacar é a revista *Monocle* que adquiriu um aspeto mais aproximado de um livro, onde a capa de cada número tem uma linha gráfica muito similar ao anterior, dando a ideia de ser uma coleção. Outro exemplo é o jornal português *i*, em que seu formato assemelha-se mais a uma revista diária do que a um jornal tradicional. Aqui o design é mais conciso, inovador e apelativo do que um jornal tradicional (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011).

▼ FIGURA 29
Jornal i, 13 outubro 2009
FONTE: Klanten, R et al. 2010, p.169

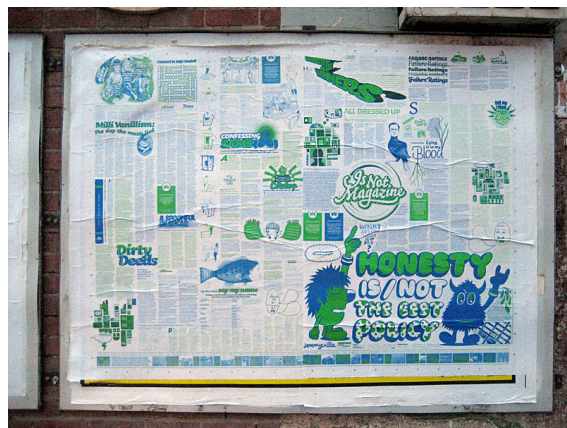


Thanks to technology, it is cheaper and easier than ever to create a magazine, but the hardest part of the process, getting your publication to readers, remains as difficult as ever (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.77).²⁶

26 T.L.: Graças à tecnologia, é mais barato e mais fácil do que nunca criar uma revista, no entanto a parte mais difícil do processo, fazer chegar a publicação aos leitores, continua tão difícil como sempre.

Para além de todos os avanços tecnológicos, o trabalho árduo e essencial de uma revista é conseguir atrair leitores que acompanhem, é criar um público alvo. Para tal, é necessário pensar numa estratégia, pois cada revista deverá ter o seu próprio meio de expressão, capaz de se destacar já foi feito, ou seja, deverá apresentar a sua própria identidade.

Como exemplo de diferentes estratégias para atrair leitores temos a revista *Is Not Magazine* que, no seu formato em cartaz (2 x 1,5 m), foi colado em cerca de cinquenta paredes de ruas, cafés e lavandarias de Melbourne e Sydney.



▲ FIGURA 30
Is Not Magazine
FONTE: Klanten, R et al. 2010, p.14

O objetivo da revista era explorar a complexidade e ambiguidade tanto no formato como no contexto. Este projeto esteve ativo entre abril de 2005 e julho de 2008 e teve conteúdos fictícios e não fictícios usando elementos adicionais de informação como *comics*, ilustração, diagramas, palavras cruzadas, entre outros.

Qualquer cidadão podia colaborar no conteúdo da revista, para isso, bastava mandar um email, SMS ou mesmo até escrever no próprio cartaz. Um dos seus designers, Jeremy Wortzman, afirma que o que agradava à equipa editorial era o facto de uma revista poder ser mais do que palavras numa parede, esta conseguia revelar-se como algo mais interessante e inovador para os leitores. *Is Not Magazine* é uma experiência editorial que utiliza a via pública para efeitos diferentes do que a publicidade.

27 T.L.: *Is Not* (revista) foi uma experiência em paginação, design, leitura e construção da comunidade.

'Is Not' was an experiment in publishing, design, reading, and community building (Klanten, R et al. 2010, p.15).²⁷

A revista *Is Not Magazine* ganhou ainda o *Premier's Design Award for Communications Design* em 2006 e em 2009 foi nomeado para o *Design of the Year Award* no *Design Museum* em Londres (Klanten, R et al. 2010).

Tendo em consideração estas perspetiva, importa salientar que o Design defende que na ausência de conteúdo este é identificado como puro estilo — a forma segue a função. No design gráfico esta máxima é adaptada — a forma segue o conteúdo. No seguimento desta máxima Paul Rand afirma que não existe mau conteúdo, só má forma.

Para Blauvelt, A & Lupton, E, eds. (2011), este conceito não é o mais correto, alegando que esta afirmação dispensa a responsabilidade e capacidade de um designer de atribuir o seu significado.

28 T.L.: Mas não importa o quão impressionante são os designs de página, se eles não refletem o tom do conteúdo escrito.

But it doesn't matter how stunning the page designs are if they don't reflect the tone of the written content (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.84).²⁸

Contudo o tratamento gráfico é uma forma de texto. Este pode ser tão complexo e referencial como qualquer outro (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.15).

29 T.L.: Os designers também negociam a narrativa.

Designers also trade in storytelling (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.15).²⁹ Para a composição de um texto, os únicos elementos que devemos dominar são a tipografia, a linha, forma, cor, escala, entre outros, estes ajudam designers a contar uma 'história', atribuindo-lhe conteúdo formal (conceito).

Ao criar/projetar, o designer está a entrar no espaço entre o utilizador e o seu mundo, o trabalho do designer neste âmbito é de criar uma ligação entre eles. Para Blauvelt, A & Lupton, E, eds. (2011), o segredo é encontrar uma maneira de comunicar através do tratamento formal.

30 T.L.: (...) o nosso 'O quê' é um 'Como'. O nosso conteúdo é, permanentemente, design

(...) our What is a How. Our content is, perpetually, Design it-self (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.15).³⁰

3.1.1 Quem produz revistas?

As revistas são compostas por diferentes pessoas cujos trabalhos se diferenciam uns dos outros. No entanto, em conjunto, procuram atingir um único objetivo, elaborar e implementar/publicar uma publicação periódica.

As revistas possuem um sistema hierárquico onde existe o editor, *sub-editor*, *assistant editor*, *deputy editor*, *features editor*, *contributing-editor*, *editor-at-large*, *editorial diretor*, entre muitos outros profissionais. Esta hierarquização tende a variar de revista para revista (Foges, C 2000).

No mundo editorial, palavras e imagens são os elementos essenciais na composição de uma publicação periódica (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011).

Numa publicação, o editor é o responsável pelos conteúdos da revista, este normalmente usufrui de um background jornalístico (normalmente é escolhido alguém especialista na área da revista em questão). O seu trabalho é decidir o que é ou não ‘interessante’ para os leitores e gerir a qualidade dos artigos, fotografias, entre outros elementos, de modo a manter o mesmo nível de qualidade da publicação (Foges, C 2000).

O trabalho de um editor é seleccionar e preparar material, normalmente texto e imagem, para uma publicação. Este tem de saber construir um bom texto a nível gramatical tal como o designer deve dominar a arte de tornar o conteúdo claro e legível. Os editores trabalham em conjunto com os designers e os editores para criar uma ligação mais forte entre o conteúdo e a forma. Muitos designers têm assumido também o papel de editores em muitas publicações (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011).

O editor (*features editor*) tem a responsabilidade de fornecer ideias e lidar com os escritores.

Já no que se refere ao papel do Sub-editor, este tem como funções reler a revista procurando detetar erros gramaticais, semânticos, entre outros. O Sub-diretor também pode reescrever *headlines* (títulos), *standfirsts* (cabeçalhos), *captions* (destaques) e inclusivé fazer *layouts* de página quando não existe nenhum designer para fazer o trabalho a *full-time* (tempo inteiro).

A nível contratual, é comum as revistas contratarem jornalistas *freelance* , quer pelo seu conhecimento na especialidade quer pelo facto de não haver trabalho suficiente para manter um jornalista a tempo inteiro.

O trabalho do produtor é ‘supervisionar a compilação física’ da revista; também é certificar-se que o conteúdo editorial e publicidade estão bem desenhados, definidos, ‘encaixados’, testados e impressos. Em conjunto com o Editor e o Publisher, o produtor é quem determina quando são recebidas as imagens, quanto tempo demora todo o processo de design e quando deve, a revista, seguir para a gráfica para chegar às bancas atempadamente. Em alguns casos este trabalho recai sobre o designer (Foges, C 2000).

O trabalho de um editor é tornar uma publicação pública, enviando assuntos e produtos para uma audiência específica. O ato de publicar implica não só o processo de construção de uma publicação mas também o ato de pagar o fabrico e distribuição para que esta chegue aos seus leitores. Os Publisher assumem também uma função de guardiões de qualidade, onde são capazes de prever o sucesso de uma publicação. Estes também participam na escolha editorial de conteúdos, pois têm capacidades de reconhecer os assuntos que possam trazer/cativar mais leitores para a publicação (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011).

Numa resposta ao fenómeno da internet, os editores tornaram as revistas em objetos mais apelativos e interessantes para os seus leitores ao acrescentarem diferentes tipos de formato, impressão e acabamentos, marcando, deste modo, uma presença mais forte no mundo físico.

Against that background, a body of new independent magazines are reinterpreting these now traditional genres. Taking advantage of the cheaper, easier production methods provided by computers and encouraged by the internet’s forthright sharing of opinions, these magazines exist as implicit critiques of their mainstream rivals (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.80).³¹

The main job of the art director or designer, however, is ordering and presenting the material commissioned by the editors and supplied by the journalists, photographers and illustrators, in keeping with the schedules devised by the production manager (Foges, C 2000, p.9).³¹

Relativamente à montagem de uma revista é importante, em primeiro lugar, reunir todos os chefes de cada departamento (editores) possibilitando, deste modo, a discussão e escolha de temas a abordar no próximo número. Nesta fase de criação, os textos a integrar na publicação estão longe de estarem finalizados, o que dificulta o trabalho dos diretores de arte. Quanto mais fragmentado for o conteúdo editorial, mais difícil será atingir um conceito coerente a nível formal.

Creativity needs time (Moser, H 2011, p.16).³²

Os diretores de arte ficam a cargo da escolha e seleção de imagens, estes devem trabalhar em sintonia com o editor de modo a atingir um compêndio entre design e o seu conteúdo. Para tal feito ser possível, é necessário que tanto o diretor de arte como o editor tenham algumas noções das matérias/

31 T.L.: **Contra este pano de fundo, um conjunto de novas revistas independentes estão a reinterpretar géneros agora tradicionais. Aproveitando-se dos métodos de produção mais barato, facilmente fornecidos por computadores e encorajados pelas fortes opiniões da internet, estas revistas afirmam-se como críticas implícitas dos seus rivais convencionais.**

31 T.L.: **O principal trabalho do diretor de arte ou designer, no entanto, é ordenar e apresentar o material encomendado pelos editores e fornecidos pelos jornalistas, fotógrafos e ilustradores, de acordo com os itinerários estabelecidos pelo gerente de produção.**

32 T.L.: **A criatividade precisa de tempo.**

áreas dos seus colegas (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011). Além das tarefas de seleção, o diretor de arte tem a tarefa de trazer para cada número diferentes visões e ideias revolucionárias de modo a manter a publicação apelativa aos leitores.

Em suma, o principal trabalho de todas as equipas editoriais de qualquer publicação é criar algo novo, ou revelar algo que nunca foi visto antes, através da união de sinergias em prol de um objetivo comum (Moser, H 2011).

The design of a magazine, and by extension its art director, performs a number of functions which must coexist comfortably if the magazine is to work as a whole (...) these usually include making the magazine attractive to potential readers, giving it a distinctive personality or identity, and presenting the content and supplementary information in such a way that readers will find helpful in navigation the magazine (Foges, C 2000, pp.9-10).³³

A comunicação entre trabalhadores numa revista é essencial para o perfeito funcionamento da mesma. No período em que a revista é ‘montada’, antes de esta chegar aos seus leitores (*tight lead times*) é essencial existir uma boa comunicação e prática de trabalho onde todos saibam desempenhar o seu papel (Foges, C 2000).

The designers need to think about the story, the editors need to think about the visuals. Everything must come together to tell a single, clear story (Klanten, R et al. 2010, p.11).³⁴

3.1.2 O Designer como Produtor

Segundo Blauvelt, A & Lupton, E, eds. (2011), desde o início dos anos noventa do século XX que os designers eram incentivados a trabalhar o seu próprio conteúdo em todo o seu leque de trabalhos, ou seja, a trabalhar de forma a resolver problemas relacionados pelo design antes de estes serem impostos por clientes. O slogan deste pensamento era *designer as author*. A Autoria, nesta era da *web*, é uma atividade que tem mudado o seu conceito ao longo dos tempos com o aparecimento da internet e as diferentes possibilidades de edificação de publicações. Esta tornou-se num conceito colaborativo partilhado por editores, designers, leitores, críticos, escritores, entre outros.

The word author suggests agency, intention, and creation, as opposed to more passive functions of consulting, styling, and formatting (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.13).³⁵

33 T.L.: O design de uma revista, e por extensão o seu diretor de arte, realiza uma série de funções que devem coexistir confortavelmente se a revista é trabalhar como um todo (...) estes geralmente incluem fazer a revista atraente para os potenciais leitores, dando-lhe uma personalidade ou identidade própria, e apresentar os conteúdos informativos e complementares, de tal forma que os leitores encontrarão útil na navegação da revista.

34 T.L.: Os designers precisam de pensar sobre a história, os editores precisam de pensar sobre o visual. Tudo deve vir em conjunto para contar uma única e precisa história.

35 T.L.: A palavra autor sugere agência, intenção, e criação, em oposição às funções mais passivas de consultoria, estilo e formatação.

Para o designer gráfico, a autoria é, de acordo com Blauvelt, A & Lupton, E, eds. (2011), uma espécie de provocação que faz repensar todo o seu papel na sociedade de hoje em dia. Esta tem como ponto de partida o escritor e/ou artista.

Ao projetar uma publicação, o papel do designer torna-se tão importante quanto o trabalho de um editor ou autor, ele determina quais as melhores opções para tornar a publicação apelativa, destacável e única (tipos de papel, encadernação, formato, impressão, entre outros) (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.66).

Just as designers are embracing writing and authorship, so, too, are writers using tools of layout and production to design their own books (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.61).³⁶

Os escritores dos dias de hoje estão mais cientes de noções de tipografia, composição, edição de imagem, atribuindo ao seu trabalho um valor físico para além do seu valor intelectual. As colaborações entre designers e ilustradores com escritores são cada vez mais, o que cria diferentes experiências de literacia.

Contudo, Blauvelt, A & Lupton, E, eds. (2011) propõe que em vez do *designer as author* se adote o *designer as producer*. A produção é um conceito que os artistas e designers *avant-gard* utilizavam, onde usufruíram das técnicas de manufaturação como meios de expressão cultural e artística.

No texto, *The Author as Producer*, do crítico Walter Benjamim em 1934, este defende que autoria não passa de uma atividade literária. O designer/artista deve então, na produção, revolucionar os meios de produção e a maneira de como estes são distribuídos. Contudo, este não está a pedir que os designers se tornem trabalhadores de fábrica. Estes devem estar cientes dos meios de produção, percebendo todo o processo de forma a puder usufruir dos avanços tecnológicos.

The challenge for designers today is to help become the masters, not the slaves, of technology (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.13).³⁷

36 T.L.: Assim como os designers estão a adotar a escrita e a autoria, assim também, os escritores têm vindo a usar ferramentas de *layout* e produção para projetar seus próprios livros.

37 T.L.: O desafio para os designers de hoje é ajudar a tornarem-se mestres, não os escravos da tecnologia.

3.2 A Revista como meio de Comunicação

As revistas pretendem ocupar um lugar especial na cultura popular e na afeição dos seus consumidores (Foges, C 2000).

“A revista é uma Publicação periódica, de frequência não diária, editada ou não em cadernos, que tem por objectivo seleccionar, resumir, comentar e desenvolver factos e informações actuais ou históricos considerados de interesse para sua área específica; o que a distingue das outras publicações periódicas como os boletins, semanários, etc. é a sua apresentação: é habitualmente de menor

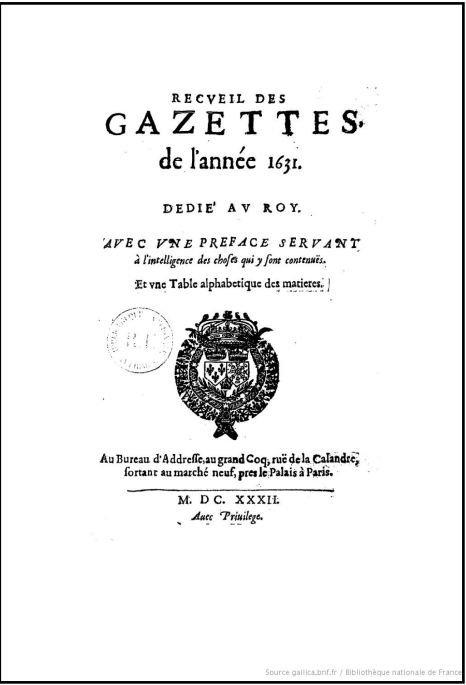
tamanho que os periódicos e o seu aspecto gráfico é de melhor qualidade que o dos boletins, tendo geralmente maior número de folhas, capas de papel ilustrado, impressões a cores, etc.” (Faria, M & Pericão, M 2008, p.1088).

La Gazette, revista francesa de nome original *Gazette de France*, foi a primeira revista a ser publicada em 1631. *La Gazette* foi uma revista semanal de cunho político fundada por Théophraste Renaudot.

Desde meados do séc. XIX que as revistas têm um papel muito importante na vida das pessoas. As revistas fornecem informação a todo o tipo de profissões, *hobbies*, interesses e fantasias. Com o aparecimento da televisão temeu-se o desaparecimento das publicações periódicas, mas pelo contrário, estas aumen-

taram em número e público (Foges, C 2000).

Durante algum tempo pensou-se que a indústria das revistas poderia estar em declínio devido à internet mas, de imediato, percebeu-se que não. Houve na verdade um grande aumento na produção de revistas, desta vez com maior enfoque em públicos muito específicos (Moser, H 2011).



• FIGURA 31
La Gazette de France, 1631
FONTE: Bibliothèque nationale de France s.d

Desde a época em que a literatura coincidiu com a tecnologia, em meados do séc. XIX, que as revistas têm um papel importante na vida diária das pessoas.

Tal como referimos anteriormente, muitos previam a sua extinção com o aparecimento da televisão, mas as revistas adaptaram-se aos novos tempos e o que se vende hoje excede em muito, tudo o que se vendia antes do aparecimento da televisão. A sua adaptação passou pelos formatos, emergindo deste modo, os formatos digitais e os sites online dessas mesmas revistas (o *ebook*, entre outros formatos, são exemplos notórios desta adaptação necessária).

As revistas têm assim, um lugar muito especial na cultura urbana e no afeto dos seus leitores. As revistas terão de se adaptar aos tempos para se manterem únicas e valiosas. Esta preocupação tem estado na base do papel principal desempenhado por todos os escritores, editores e designers ao longo de 150 anos. O que faz uma revista tão interessante é a sua melhor representação da estética contemporânea (do momento), das suas preocupações e da sua atitude (Foges, C 2000).

38 T.L.: As revistas mudaram o mundo.

39 T.L.: (...) a revista não só regista as preocupações de uma época nas suas páginas, mas também os registos de estética visual na sua conceção.

40 T.L.: O estrondo do trovão e da revolução industrial virou o mundo de cabeça para baixo em um processo de agitação e progresso tecnológico que continua a acelerar a um ritmo cada vez mais rápido.

Magazines have changed the world (Moser, H 2011, p.7).³⁸

(...) *the magazine not only records the concerns of an age upon its pages, but records it's visual aesthetic in its design* (Foges, C 2000, p.11).³⁹

The din and thunder of the industrial Revolution turned the world upside down in a process of upheaval and technological progress that continues to accelerate at an ever-quickenning pace (Meggs, P & Purvis, A 2012, p.8).⁴⁰

No escape da efemeridade da sua própria condição, as revistas optavam, já desde o séc. XX, por estratégias que as destacassem. Essas estratégias passavam por mudar de nome de edição para edição, diferentes formatos, tornando-o mais duradouro com capas duras e folhas com mais gramagem, abordagens graficamente apelativas ou mesmo declarar a sua posição no mercado, como por exemplo na revista *Colóquio* (editorial nº1) que declara que a revista não deseja ser efêmera como as páginas de um jornal (Rocha, C 1985).

Hoje em dia, para uma publicação superar o teste do tempo é necessário que esta seja clara, relevante, apelativa graficamente e que saiba destacar-se de toda a sua competição. Há

40 T.L.: (...) a solução geral para todas as indústrias de impressão é a mesma: eles precisam de criar produtos relevantes, envoltivos e acessíveis que façam as pessoas se sentirem enriquecidas por o terem comprado e consumido.

41 T.L.: Em alguns casos, as revistas são “laboratórios de experimentação”, onde diretores de arte inovadores e tipógrafos têm a “liberdade” para produzir banquetes visuais. Historicamente, as revistas têm sido o lugar para o desenvolvimento de novos vocabulários e processos técnicos de design.

42 Alexey Brodovich (1898-1971), fotógrafo, designer e diretor de arte russo. Trabalhou durante 25 anos como diretor de arte da revista Harper's Bazar. Foi o responsável pela introdução radical do estilo moderno e simplificado do design gráfico nos Estados Unidos. Este estilo, muito elegante graficamente, teve origem na Europa nos anos 20 através de uma mistura de movimentos avantgarde na arte e no design. Brodovitch teve um papel muito importante no desenvolvimento de concepções gráficas inovadoras, na descoberta de novos talentos e na reinvenção do cargo de diretor de arte (Klanten, R et al. 2010).

44 Herbert F. (Herb) Lubalin (1918-1981) Foi dos mais influentes designers gráficos do séc. XX. Ao longo da sua carreira, trabalhou em imensos projetos relacionados com tipografia e design editorial. Colaborou nas revistas Eros, Fact e

vinete anos atrás, quando o mercado era forte e só existia o formato impresso, a maioria das publicações eram aceites pois não havia muita competição.

Com o desenvolvimento da indústria/ mercado e o aumento da concorrência, os designers, diretores de arte e editores viram-se obrigados a inovar de forma a atrair novos consumidores e manter os antigos. Para isso, contribuíram novos materiais como papel, tintas especiais, novos formatos, entre outros elementos essenciais à conceção de uma revista (Klanten, R et al. 2010).

(...) *the general solution for all print industries is the same: they need to create relevant, engaging, and accessible products that make people feel enriched for having purchased and consumed them* (Klanten, R et al. 2010, p.96).⁴⁰

Para Klanten, R et al. (2010), este é o verdadeiro momento de transição, esta é a idade dourada.

Relativamente aos livros, as revistas revelam-se como objetos muito mais flexíveis, elaborados, caros e experimentais. Todo o processo de construção de uma revista inclui o trabalho de diferentes áreas — tipografia, fotografia e ilustração (Moser, H 2011).

No design de revistas não é possível, ao designer, passar muito tempo à volta de um *spread* ou de um artigo como gostariam.

As revistas, em geral, agiram sempre como um teste, local de treino, onde se experimentam em primeiro lugar todas as inovações estilísticas antes de estas serem aceites por todo o mundo.

In some cases magazines are “laboratories of experiment” where innovative art directors and type designers are given the “freedom” to produce visual feasts. Historically, magazines have been the place for the development of new design vocabularies, as well as technical process (Foges, C 2000, p.10).⁴¹

As revistas são material físico, real, e são uma parte importante na vida diária das pessoas. A revista é um dos poucos formatos onde a maior parte dos cidadãos não especialistas na área dão alguma atenção/importância ao design.

Avant Garde; desenhou a fonte ITC Avant Garde, que é ainda hoje uma fonte muito utilizada por inúmeras revistas e fundou um jornal tipográfico (U&lc — Upper and lower case) que servia como propaganda e experimentação dos seus projetos tipográficos (Klanten, R et al. 2010).

43 T.L.: O seu ‘laboratório de design’ tornou-se uma lenda (...)

45 David Carson (n.1954) Designer que teve uma grande influência no design dos anos 90. Carson era o grande exemplo de um diretor de arte, artístico, todo o seu trabalho padecia do seu toque pessoal, as revistas não foram exceção. David Carson criava as suas próprias fontes com base nos anos 30 e 40 e trabalhava-a até ao ponto da ilegibilidade, desconstrutivismo da revista contemporânea (Moser, H 2011).

46 T.L.: Em qualquer lugar encontra um grupo de pessoas interessadas em um determinado assunto, e um indivíduo ou organização com motivação suficiente para se comunicar com elas, aí irá encontrar uma revista para preencher essa lacuna.

Um dos principais formadores do design da revista, que revolucionou o estatuto da revista moderna na sociedade no séc. XX, foi Alexey Brodovich(1898-1971), fotógrafo, designer e diretor de arte russo.⁴² Trabalhou durante 25 anos como diretor de arte da revista *Harper's Bazar*. O mesmo autor foi ainda o responsável pela criação/implementação das primeiras raízes do design editorial moderno.

His ‘Design Laboratory’ became a legend (...) (Moser, H 2011, p.8).⁴³

O trabalho de Brodovitch era conhecido pelo uso inédito da fotografia, *layouts* assimétricos, efeitos tridimensionais, uso de tipografia clássica, combinações de tipografia e imagem, entre outros elementos gráficos.

Outro designer de relevo para o desenvolvimento da revista ‘moderna’ foi Herb Lubalin (1918-1981),⁴⁴ um dos mais influentes designers gráficos do séc. XX. David Carson (n.1954) também se destacou como o designer do desconstrutivismo da revista contemporânea.⁴⁵

Para além das revistas mundialmente conhecidas, encontramos no mercado um nicho de revistas menos conhecidas, que têm uma tarefa ligeiramente diferente. Estas são específicas para leitores com determinados interesses, profissional e pessoal.

Anywhere you have a group of people interested in a topic, and an individual or organization with enough motivation to communicate with them, you’ll find a magazine to bridge the gap (Foges, C 2001, p.7).⁴⁶

“O aparecimento duma revista, jornal ou publicação colectiva pode dever-se, segundo cremos, a duas grandes ordens de razões. Uma prende-se com a sociologia da *criação*, e tem a ver com a afirmação dum grupo, geração, tendência ou vanguarda; a outra é do domínio da sociologia da *recepção* e diz respeito ao preenchimento duma <<lacuna>>, à satisfação duma necessidade cultural do público, ou ao desejo de criar um espaço de divulgação para os escritores inéditos ou esquecidos” (Rocha, C 1985, p.33).

Nesta dissertação, a presente revista veio preencher a ‘lacuna’ de um público que se interessa sobre a cultura e património imaterial português — sociologia de recepção.

Para Rocha, S & Nogueira, M (1995) a revista divide-se simplesmente em quatro géneros: a ilustrada, a especializada, a de arte e a institucional. Contudo, Rocha, C (1985), defende que existiam duas tipologias de publicações periódicas:

As revistas e os jornais literários;

“As revistas literárias podem inserir unicamente uma criação literária (por exemplo *Orpheu*), ou então, criação e colaboração ensaística (artigos críticos, resenhas, metatextos de teorização, etc.) como acontece na *Presença*” (Rocha, C 1985, p.28).

As restantes revistas e jornais (culturais, políticas, opinião, etc.);

“Quanto às revistas e jornais não estritamente literários, mas com maior ou menor interesse literário, podem repartir-se nos seguintes grupos: revistas de entretenimento e informação; revistas e jornais culturais (mais ou menos especializados, mas obedecendo a uma concepção <<clássica>> de cultura); revistas marginais ou de contracultura; revistas e jornais políticos ou de opinião; revistas de letras e artes” (Rocha, C 1985, p.28).

No âmbito desta dissertação, a revista criada pretende inserir-se no padrão de revistas e jornais culturais. Estas “(...) incluem quase sempre rubricas diversas, de modo a abranger aspectos da literatura, das artes, do pensamento, das ciências naturais outros entre outras temáticas” (Rocha, C 1985, p.28).

De acordo com Rocha, C (1985), as revistas, bem como todas as publicações periódicas, têm diversas funções de importante destaque:

A **Informação** (*informar*): tanto as literárias como as culturais servem para *informar* “Pois a revista serve, antes de mais, para *passar revista* uma série de informações” (Rocha, C 1985, p.93). No séc. XX é quando as publicações periódicas conhecem um maior desenvolvimento, podendo contar-se mais de duzentas com interesse literário. O grande fator de sucesso era o facto de responderem às necessidades de cada leitor;

A **divulgação** (*divulgar*): quando a revista é destinada a um leitor comum esta tem o propósito de divulgar e vulgarizar a informação. “Daqui se conclui que umas revistas são <<barómetros>> duma época, espelhos culturais dum tempo, (...) essas são as revistas de vanguarda, ou pelo menos, as de novidades, que rompem o horizonte do leitor” (Rocha, C 1985, pp.98-99) e têm principalmente a função da *revelação*.

A **selecção** (*seleccionar*), **valorização** (*valorizar*), **reavaliação** (*reavaliar*) e **consagração** (*consagrar*), funções que estão especialmente viradas para os autores, obras e movimentos.

O **arquivamento** (*arquivar*), “Uma outra função possível das revistas e jornais literários é arquivar, ou seja guardar um <<património>> cultural” (Rocha, C 1985, pp.99).

A **recreação** (*recrear*), é a capacidade de uma revista desencadear uma função. Lúdica. O seu conteúdo editorial pode ser mais restrito mas não dispensa temas e atividades mais lúdicas que possam entreter toda a família.

Por último, as três funções de **formação** (*formar*), **intervenção** (*intervir*) e **animação cultural** (*animar de forma cultural*). Além das revistas terem a capacidade de formar um grupo a nível estético-literário ou cultural, elas também dão formação a estes três domínios. Tanto as revistas como os jornais, apesar de diferentes temas, opiniões e doutrinas, conseguem contribuir para a prática e divulgação da cultura.

“Enquanto lugares de expressão cultural, as revistas e jornais literários servem para realizar uma das duas grandes atitudes possíveis face à cultura — ou produzi-la, ou reproduzi-la. Por outras palavras, as revistas e jornais são, em alternativa ou simultaneamente, um lugar de criação e/ou de divulgação da literatura, da arte, das ideias, da crítica, enfim daquilo que faz a cultura dum povo” (Rocha, C 1985, pp.113).

3.3 Pertinência de uma Revista de Cultura Imaterial Portuguesa

No decorrer da presente dissertação, considerámos que seria uma mais valia a realização de um questionário exploratório que objetivasse a compreensão relativa a vários aspetos da cultura imaterial portuguesa. Deste modo, seria possível averiguar qual o público mais interessado, quais os conteúdos da cultura imaterial mais interessantes (ou que vão ao encontro dos gostos e preferências do público), qual o conhecimento por parte das pessoas (inquiridas) sobre a cultura imaterial e a respetiva importância inerente à sua divulgação a nível editorial.

3.3.1 Questionário Exploratório⁴⁷

O questionário em causa inicia-se com uma breve descrição do que se entende, nesta dissertação, por cultura imaterial, procurando assim potenciar os participantes a responder a todas as perguntas.

O questionário é constituído por sete perguntas, cujo formato de resposta varia entre o tipo dicotómico e o de escolha múltipla. Foram ainda realizadas questões relativas à recolha de dados sociodemográficos dos participantes (idade, género, habilitações literárias e profissão).

É de realçar que o questionário foi criado com o auxílio do *Google Drive*, mecanismo que permite a criação de questionários e a respetiva publicação através do envio para redes sociais ou em formato email para diferentes correios eletrónicos.

Os participantes foram selecionados de acordo com um processo de amostragem aleatória uma vez que o questionário foi difundido por redes sociais (*facebook*, *twitter* e *tumblr*) e foi partilhado por inúmeras pessoas e entidades portuguesas diversas, não havendo para o efeito, um número de participantes previamente definido (questionário voluntário), nem características sociodemográficas específicas. A amostra foi assim constituída na sua totalidade por 154 sujeitos.

3.3.2 Análise de Dados

Da totalidade da amostra foi possível verificar que 119 sujeitos (77%) pertencem ao género feminino e 35 sujeitos (23%) pertencem ao género masculino, encontrando-se em idades compreendidas entre os 17 e os 61 anos.

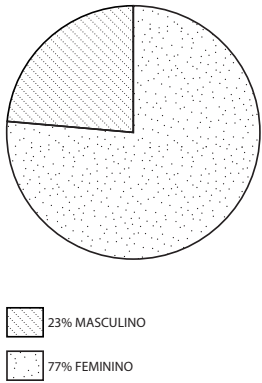


FIGURA 32
Género da amostra
FONTE: Arquivo Pessoal

A análise dos dados relativos à idade dos participantes permite-nos aferir que maioria dos inquiridos encontra-se na faixa etária compreendida entre os 21 e os 25 anos de idade (84 sujeitos — 54,44%), seguida da faixa etária compreendida entre os 26 aos 30 anos de idade (29 sujeitos — 18,83%). Com menor expressão encontram-se as faixas etárias compreendidas entre: os 16 e os 20 anos de idade (10 sujeitos — 6,49%); os 31 e os 35 (8 sujeitos — 5,195%); os 51 e os 55 (6 sujeitos — 3,896%); os 36 e os 40 (5 sujeitos — 3,25%); os 56 e os 60 (5 sujeitos — 3,247%); seguindo-se das faixas etárias compreendidas entre os 41 e os 45 (3 sujeitos — 1,948%), os 46 e os 50 e os 61 e os 65 anos de idade, com o mesmo número de sujeitos (2 sujeitos, por cada faixa etária) — 1,299%.

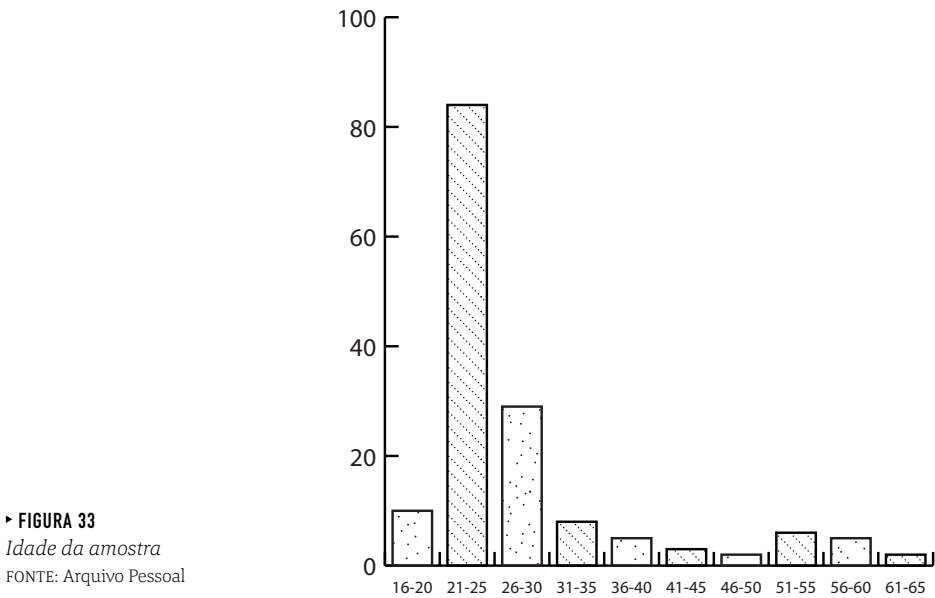


FIGURA 33
Idade da amostra
FONTE: Arquivo Pessoal

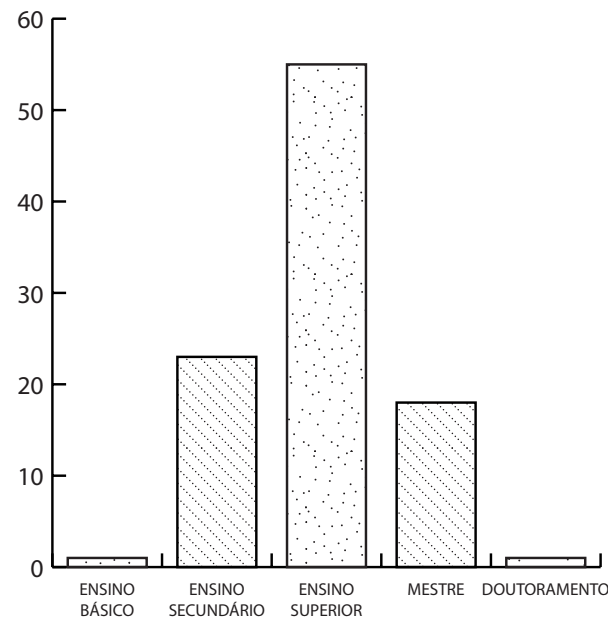
No que diz respeito às habilitações literárias, 55% dos sujeitos são do ensino superior, 23% frequentaram o ensino secundário, 18% são detentores do grau de Mestre, 3% só frequentaram o ensino básico e 1% possui o grau de Doutorado.

Relativamente à profissão, a análise dos dados permite-nos verificar uma grande variabilidade de áreas, onde se destacam a título de exemplo e ilustrativo da realidade da amostra, 18 sujeitos(11,69%) pertencentes à área do Design, 5 sujeitos

⁴⁷ Consultar anexos C e D.

pertencentes à área da Educação (3,25%), 2 sujeitos pertencentes à área da Economia (1,3%).

Da totalidade da amostra foi ainda possível verificar que 51 participantes são estudantes (33,12%) e que 14 sujeitos são profissionais que se encontram em situação de desemprego (9,09%).



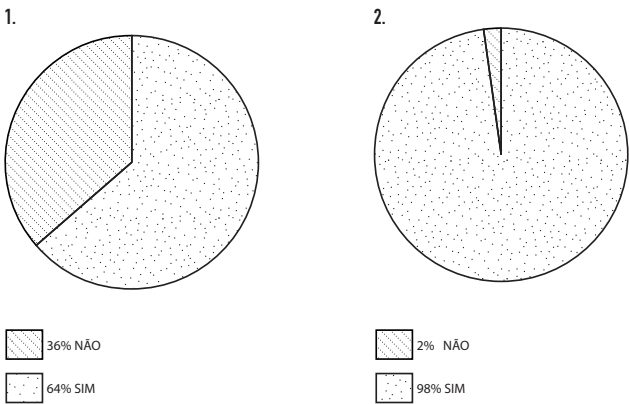
► FIGURA 34
Habilitações Literárias
FONTE: Arquivo Pessoal

Tal como foi referido anteriormente, no início do questionário considerámos necessário definir o que se entende, nesta dissertação, por cultura imaterial...

“Entenda-se por Cultura imaterial os aspetos ligados tanto ao património como à criação contemporânea. É o conhecimento que não é ensinado por meio de livros, registos e ensinamentos, mas sim por práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões, que vão passando de geração para geração. Conjunto de criações provenientes de uma cultura que tencionam definir uma identidade cultural e social de uma comunidade. Tais criações são transmitidas oralmente, por imitação e divulgação. Entende-se então, a língua, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes, o artesanato e outras artes como património imaterial.”

...para viabilizar a sua participação no questionário.

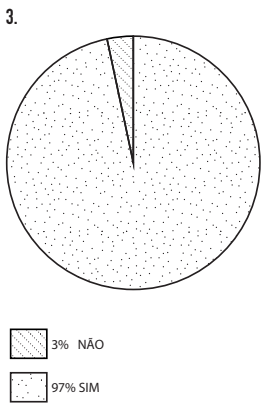
Na primeira questão é interrogado se a cultura imaterial já era do conhecimento do entrevistado. Dos 154 inquiridos, 56 não conheciam o seu significado (36%) e 98 já estavam familiarizados com o tema(64%).



► FIGURA 35
Resposta à questão 1
FONTE: Arquivo Pessoal

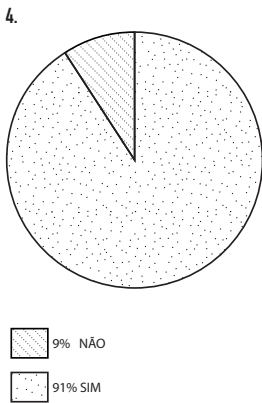
► FIGURA 36
Resposta à questão 2
FONTE: Arquivo Pessoal

Na segunda pergunta, *Considera importante a divulgação e a valorização da cultura imaterial em Portugal?* , as respostas foram praticamente positivas, quase todos os inquiridos acham importante divulgar e valorizar a cultura imaterial em Portugal (98%). Apenas 3 pessoas responderam não achar importante essa divulgação e valorização da cultura imaterial (2%).



► FIGURA 37
Resposta à questão 3
FONTE: Arquivo Pessoal

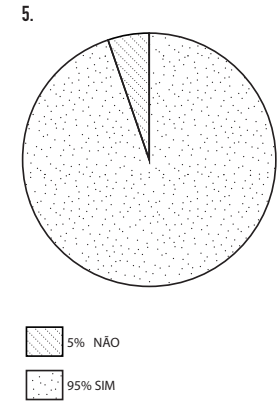
Na terceira pergunta, foi-nos possível integrar a importância do design como meio de comunicação entre um tema e o seu público. Desta feita, a pergunta formalizada foi *Considera que o Design de Comunicação (neste caso, na tipologia de uma revista), poderia ajudar na divulgação e preservação da cultura imaterial?* A resposta a esta questão foi igualmente positiva, cerca de 149 sujeitos (97%) responderam que uma revista poderia ajudar na divulgação e preservação da cultura imaterial. Só uma pequena minoria composta por 5 pessoas (3%), responderam negativamente ao meio de divulgação e preservação através do referido formato.



► FIGURA 38
Resposta à questão 4
FONTE: Arquivo Pessoal

Quando se pergunta, na quarta questão, *Acha que a criação de uma revista de cultura imaterial irá reforçar os laços com os costumes e sabedorias da vida quotidiana vivida pelo povo português?*, as respostas são maioritariamente positivas. 91% dos sujeitos respondeu positivamente, cerca de 140 em 154, enquanto 9% respondeu que a criação de uma revista não reforçaria os laços e costumes do povo português, cerca de 14 indivíduos. Estes dados são reveladores de que a maioria dos participantes no questionário acha importante a criação de uma revista, não só pela divulgação e preservação

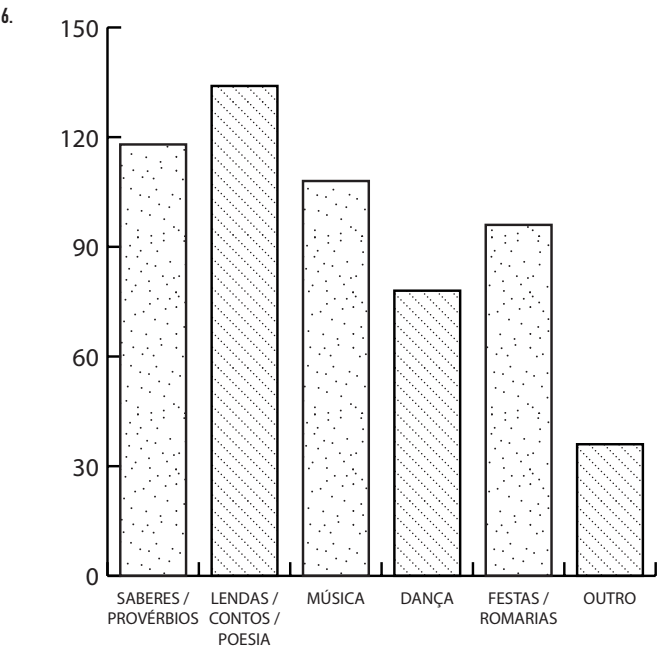
da cultura imaterial, como também pelo reforço de valores e tradições, ou seja, mais valias que irá trazer a um povo. Nesta perspetiva, a revista em causa irá reforçar, valorizar e tornar motivo de orgulho, a nossa identidade enquanto povo português.



► FIGURA 39
Resposta à questão 5
FONTE: Arquivo Pessoal

Na quinta pergunta é posta em questão a pertinência da existência de uma revista dedicada à cultura e património imaterial português. A questão foi assim formalizada, *Considera importante a existência de uma revista imaterial portuguesa para a divulgação e promoção de autores, compositores e artistas de diversas índoles da cultura imaterial?* 95% das respostas foram positivas, cerca de 146 (em 154 indivíduos) e só 5% das respostas, 8 indivíduos, não considerou importante a existência de uma revista desta índole para a divulgação e promoção de autores. Uma publicação deste carácter pode então ajudar a promover e divulgar o mundo artístico e cultural.

Na sexta questão, cujo formato era de escolha múltipla, foram questionados os conteúdos que os sujeitos gostariam de ver incluídos numa revista de cultura imaterial. As hipóteses de resposta eram 6. A cada hipótese de resposta ou cada item correspondia um tipo de conteúdo (1)*Lendas, Contos, Poesia*; 2)*Saberes/Provérbios*; 3)*Música*; 4)*Festas e Romarias*; 5)*Dança*; 6)*Outro*), sendo que do item correspondente à hipótese *Outro* advinha um espaço de resposta aberta para a indicação de outro tipo de conteúdo não mencionado nas hipóteses anteriores.

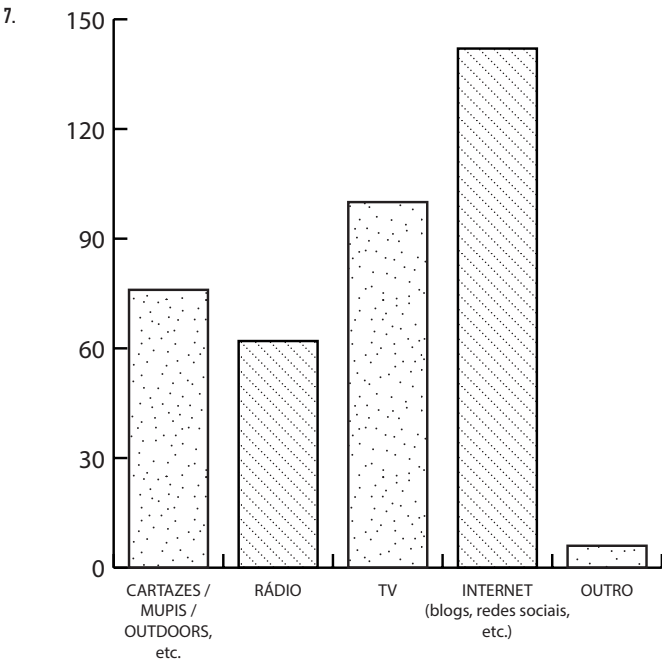


► FIGURA 40
Resposta à questão 6
FONTE: Arquivo Pessoal

Da análise das resposta à sexta questão verifica-se que: 24% dos sujeitos optou pela resposta *Lendas / Contos / Poesia*, 21% escolheu a opção de *Saberes / Provérbios*, 19 % escolheu *Música*, 17% optou por *Festas e Romarias* e 14% elegeram a *Dança* como conteúdo a ser apresentado numa revista de cultura imaterial. Contudo, 6% dos inquiridos escolheram a opção *Outro* onde deram sugestões, como a gastronomia, o artesanato, os jogos tradicionais, novos projetos portugueses ligados a cultura, a vinicultura, entre outros.

Na última questão foi-nos possível perceber qual é o meio de comunicação mais adequado à divulgação da revista. A pergunta com formato de resposta de escolha múltipla apresentava 5 hipótese ou itens de resposta, sendo que a última hipótese *Outro* dava simultaneamente a oportunidade ao participante de sugerir outros meios de comunicação(resposta aberta).

A análise dos dados permite-nos constatar que 37% dos sujeitos optaram por *Internet (blogs, redes sociais, etc.)*, 26% escolheu *TV*, 20% optou por *Cartazes / Mupis / Outdoors, etc.* e 16% elegeu a *Rádio* como meio de divulgação. Para 2% dos inquiridos, que optaram por escolher *Outro*, opção que lhes permitia sugerir diferentes formas de divulgação da revista, sugeriram alternativas como ‘eventos de sensibilização’, ‘grupo de interesse, coletividades, clubes’ e ‘Livros, publicações únicas’. Um dos inquiridos, entre os 154, aproveitou ainda esta pergunta de resposta aberta para exprimir que não existe meio de comunicação adequado à divulgação da revista, ‘Nenhum: a divulgação não se faz por meios de comunicação da Idade Moderna’.



► FIGURA 41
Resposta à questão 7
FONTE: Arquivo Pessoal

Esta análise permitiu-nos assim auscultar, de uma maneira geral os interesses da população na sua globalidade, não descurando para o efeito a incapacidade de realizar generalizações tendo em consideração o tamanho diminuto da amostra. Por conseguinte, esta abordagem permitiu-nos extrair o interesse que existe em tornar possível uma publicação que vá de encontro às necessidades de divulgação e preservação dos nossos povos, da nossa ‘maneira de ser’ (saber ser, saber fazer, saber saber) expressa tanto nas manifestações culturais mais ancestrais como nas mais contemporâneas.

Tendo em consideração a análise dos resultados obtidos com a aplicação do questionário exploratório, intitulado **QUESTIONÁRIO | Revista de Cultura Imaterial Portuguesa** e os objetivos propostos inicialmente, é possível verificar e mesmo provar a existência de uma necessidade urgente de criar uma publicação que divulgue, preserve e promova a continuação e a passagem intergeracional de manifestações de cultura imaterial portuguesa. Esta é a vontade manifesta dos futuros leitores da revista *Moldura* — Revista de Cultura Imaterial Portuguesa.

3.4 Enquadramento, Conceito, Título e Identidade Da Revista *Moldura*

3.4.1 Enquadramento

Ao longo de todo o processo de investigação verificámos que existe, de facto, uma grande necessidade de saber, divulgar, cultivar e viver a cultura imaterial. Neste contexto, o presente capítulo procurará ilustrar o argumento e simultaneamente dar resposta à questão de investigação (*Como pode o design de comunicação ajudar a divulgar e a preservar a cultura imaterial portuguesa?*) estabelecida no início desta dissertação. *O design de comunicação pode, então, ajudar a divulgar e a preservar a cultura imaterial portuguesa através da criação de um projeto editorial*, neste caso uma revista.

A criação de uma revista desta índole seria uma mais valia para o povo português, pois iria reforçar a identidade da nação preservando os seus costumes e manifestações culturais. O reconhecimento do termo cultura Imaterial é também um assunto relativamente recente, para isso há a estrita necessidade de divulgar e preservar o mais rapidamente todas as suas manifestações. A nível nacional não existem publicações dedicadas exclusivamente à cultura imaterial. A nível internacional existe apenas uma, como já referimos anteriormente, a *International Journal of Intangible Heritage* que é uma revista com um público muito específico, académico e científico. O público alvo da revista *Moldura* não pretende ser exclusivamente constituído por teórico, investigadores mas sim por pessoas de todas as áreas, estatutos, doutrinas e pensamentos. É uma revista que ambiciona reviver o passado e o presente num só tempo.

3.4.2 Conceito

A tight concept is essential for a successful publication (Klanten, R et al. 2010, p.11).⁴⁸

O conceito foi formado logo desde o início da conceção do projeto gráfico, com ele veio a vontade de armazenar/cole-

48 T.L.: Um conceito bem definido é essencial para uma publicação de sucesso.

cionar e divulgar tudo o que se entendia por cultura imaterial portuguesa. Em suma, o conceito da revista baseia-se no ato de preservar, promover, valorizar, conservar e ao mesmo tempo divulgar a cultura imaterial, tanto a contemporânea como as suas manifestações culturais dos nossos antepassados. O objetivo então é atingir um estatuto de revista cultural de coleção, formando uma base de dados nacional de cultura imaterial portuguesa, mas sem a conotação académica e científica. A revista é direcionada assim para o público adulto, em geral, que se interesse pelas raízes culturais imateriais de todas as suas gerações. Como já referimos anteriormente, é uma revista que pretende promover e integrar os costumes do passado e do presente num só tempo.

3.4.3 Título e Identidade

Tendo em conta a globalidade do conceito da revista, o processo de escolha de um título adequado inicialmente pareceu-nos ser algo fácil de alcançar, por conseguinte, a escolha do mesmo levou mais tempo do que o previsto pois por muitas opções que tivéssemos em consideração mais complexa se ia tornando a escolha. Tal complexidade, devia-se ao facto de existir uma grande variabilidade de designações capazes de ilustrar o conceito previamente definido. Entre as inúmeras listagens de nomes salientam-se: Arte-Facto, Bula, Coisa — (Im)Coisa, Consome, Cria (verbo), CUL, Culpa, Culta-Me, Culto(A), Entranha Essência Faca, Facto, Géne-se, Íman, Imatéria/(I)Matéria, Inclusive, Manha, Manta, Matéria, Moldura, Nosso, O-Culta-Me, Origem, Princípio, Raiz, Rua, Sala, Salto, Segue, Travesso(>Travessia), Veia, Vernáculo, entre outros.

De todos estes termos destacou-se *Moldura* por ser o mais aproximado do conceito da revista. O termo ‘Moldura’ veio ainda fortalecer o conceito da revista pelo significado do objeto que lhe está inerente. Como moldura é um objeto que guarda, conserva e expõe uma imagem, esta revista pretende apresentar-se como um meio físico capaz de preservar, reviver e promover uma vivência imaterial.

De acordo com o que foi exposto, o termo moldura foi eleito na medida em que, na nossa ótica, foi o que mais se adequava ao objetivo central da nosso projeto, conseguindo englobar não só o Conceito como sendo ilustrativo da sua identidade. O desconhecimento da existência de uma publicação com o mesmo nome foi simultaneamente um fator favorável à seleção/escolha do título, aumentando as probabilidades da aceitação da revista aquando de uma futura publicação. *Moldura* encerra assim mais do que um rosto, um mero título, uma expressão gráfica identitária.

3.5 Plano Editorial

Para a o plano editorial da revista, baseamo-nos na proposta de Klanten, R et al. (2010), Moser, H (2011) e Foges, C (2000) para a criação de uma publicação periódica. Estes autores defendem que a criação de uma revista deve passar por diferentes fases, entre elas: o conceito; o objeto (forma); a estrutura; a navegação; a tipografia; o *layout*; a capa; entre outros elementos.

Tendo em consideração a abordagem dos autores supracitados e após a explanação anterior relativa ao Enquadramento, Conceito e ao Título da revista, debruçar-nos-emos de seguida, na temática editorial.

Na realização projetual da revista — *Moldura*, revista de cultura imaterial portuguesa — a temática é o fio condutor de todo o projeto gráfico. É no tema que o designer deve basear todo o seu trabalho. Na construção conceptual da revista foi definido que esta irá abranger duas vertentes temáticas. Cada número poderá apresentar um carácter generalista da cultura imaterial ou produzir ainda um número temático que será abordado em toda a publicação. Na realização do projeto prático, iremos executar a realização e simulação do número 1 da revista *Moldura*, com um número de carácter generalista— dentro da temática da cultura imaterial.

3.5.1 Conteúdos e Estrutura

Neste projeto editorial objetivamos a salvaguarda do património cultural imaterial da humanidade, reforçando a consciencialização das gerações para a preservação deste património. Como consequência, os assuntos/conteúdos a desenvolver neste projeto editorial são os provérbios (saberes), lendas/contos (de origem portuguesa), música, dança, costumes e festas populares, entre outros.

Para a realização deste projeto uma das principais preocupações foi o conteúdo textual da revista. Para tal efeito poderia ser utilizado texto fictício, conhecido como *lorem ipsum*,

que é um texto utilizado em jornais e revistas que serve para preencher o espaço e verificar a formatação (*layout*, tipografia) antes de usar o texto real. Contudo, nesta revista pretende-se também contribuir para o conhecimento real da Cultura Imaterial Portuguesa. Neste contexto, procedeu-se à procura de diferentes textos, artigos, livros de contos, poemas, notícias, projetos musicais e de dança, imagens, entrevistas, entre outros, que relatassem todos os assuntos imateriais a desenvolver nesta edição da revista *Moldura*. Todo este trabalho não seria produzido no mundo real das publicações por uma só pessoa, mas sim por uma equipa de profissionais (editores, fotógrafos, jornalistas, entre outros).

Com todo este material textual e gráfico, foi-nos então possível construir artigos relacionados com a cultura imaterial portuguesa. O desafio foi tornar todo este material graficamente apelativo e direcionado para o conceito da revista.

Saberes, Provérbios

“Diz-se (...) que os provérbios são a sabedoria do povo e que ditados velhos são evangelhos” (Mello, F & Gomes, M 1974, p.3).

Os provérbios são a sabedoria popular expressa através de frases e expressões que são utilizadas em situações do dia a dia. Os provérbios fazem parte da tradição popular portuguesa, que deve ser preservada. Os provérbios fazem sucesso, pois possuem um sentido lógico. Estes têm como base o conhecimento da vida quotidiana. É possível encontrar provérbios para quase todas as situações da vida.

“(...) são, em vez da sabedoria popular, a negação da sabedoria e da humana faculdade de pensar e de construir a linguagem e, logo, o saber (...) são sim, fixação de um saber com origem reacionária” (Mello, F & Gomes, M 1974, p.5).

Neste assunto em particular, o artigo escolhido para ilustrar a revista foi o ‘saber’ dos *Moinhos e Moleiros no Alentejo Oriental*, texto retirado da revista etnográfica, que ilustra a profissão dos moleiros no Alentejo.

Lendas e Contos

Os contos e as lendas portuguesa são elementos importantes da nossa cultura, pois através deles é-nos possível extrair a mentalidade da época, bem como a imaginação, sabedoria,

transmitindo para os dias de hoje uma imagem do mundo anterior ao nosso. Os contos populares fazem parte de um universo cultural que tem como suporte a tradição oral de um povo.

Um conto popular é um texto narrativo, curto, que procura deleitar, entreter ou educar o ouvinte. Texto de origem anónima, faz parte da tradição oral de uma comunidade e reflete os mais variados sentimentos da alma de um povo, os seus hábitos, usos, costumes e vícios. Embora o conto seja hoje uma forma literária reconhecida e utilizada por inúmeros escritores, a sua origem é muito mais humilde. Na verdade, nasceu entre o povo anónimo. Começou por ser um relato simples de situações imaginárias, destinado a ocupar os momentos de lazer.

É pertinente saber que os contos populares com que hoje nos defrontamos são diferentes daqueles que, durante séculos, foram transmitidos oralmente de geração em geração. A censura presente em cada conto ou lenda ajuda a compreender a permanência dos elementos essenciais, independentemente do tempo e do espaço. O próprio Almeida Garrett recolheu no seu *Romanceiro* numerosas narrativas em verso, que são obras próximas do conto popular.

Os contos e lendas tradicionais estão carregados de simbologia, dizendo mais do que fisicamente aparenta. Exemplos disso são a permanente recorrência a números, plantas, ações que por detrás carregam um grande sentido simbólico referente ao amor, renascimento, pureza, ousadia, aventura, etc.. Os contos tradicionais e as lendas fazem parte da cultura de todos os povos. Tal feito não é resultado do acaso, mas do instinto de sobrevivência. Antes da escola existiu a escola da vida, velhinha, de muitos, muitos séculos, por isso, sábia. Na origem das Lendas e Contos, foi escolhida *A Lenda de Martim Moniz*, história ligada à conquista de Lisboa para integrar o conteúdo editorial da revista *Moldura*.

Música

A música é uma forma de expressão artística que reúne basicamente sons e silêncios, seguidos ou não, numa pré-organização temporal.

A música é uma prática cultural e humana, considerada uma forma de arte. A música vai desde melodias extremamente organizadas a composições improvisadas. Dentro das ‘artes’,

a música pode ser classificada como uma arte de representação, uma arte sublime ou uma arte de espetáculo. O facto de a música ser um elemento que abrange gerações, culturas e povos, ela é, de certa forma considerada uma das formas mais abrangentes da cultura mundial.

Como música tradicional, pode-se entender a música própria de um povo numa determinada região, contexto social, com base em raízes da sua história. A sua transmissão, de geração em geração, sofre com influencias culturais exteriores. A música tradicional é ainda associada ao trabalho duro do campo, mas também às expressões da vida urbana, como por exemplo, o fado.

Na música, os artigos escolhidos foram *O Cruel e Triste Fado*, artigo retirado da revista etnográfica, e o projeto *A Música Portuguesa A Gostar Dela Própria*;

Dança

A dança é uma arte cénica da Antiguidade, bem como a música e o teatro. Na dança é usado movimentos corporais previamente preparados através de uma coreografia ou simplesmente movimentos aleatórios e improvisados, dança livre.

A dança é maioritariamente acompanhada pela música e visa incorporar a mesma de modo a dar-lhe expressão e intensidade.

Dança pode ser encarada como expressão artística ou como forma de entretenimento. As danças tradicionais são tecnicamente acessíveis e de forte carácter social: elas proporcionam um ambiente de partilha e convívio em torno de uma cultura popular em constante transformação, e cujas raízes podem remontar a vários séculos atrás.

“(…) por «danças populares portuguesas» queremos designar as «danças populares portuguesas tradicionais», as quais englobam três categorias: as «danças folclóricas», as «danças populares propriamente ditas» e as «danças popularizadas». Procurar determinar e designar as mais arcaicas danças populares portuguesas é, obviamente, estultícia, até porque é impossível fazê-lo. Dado que a dança é uma actividade e uma função tão velhas como a própria Humanidade, poderemos dizer que na Península Ibérica se baila desde que nela surgem seres humanos, autóctones ou vindos de qualquer outra região da Terra (…)” (Ribas, T 1982, pp.25-26).

Nos artigos escolhidos para a Dança temos *Evolução da Dança em Portugal* e o projeto *A Dança Portuguesa A Gostar Dela Própria*.

Festas Populares

Ao ouvirmos falar de ‘festas populares’, temos em mente festividades como a romaria da Senhora da Agonia ou de festas de Santo António em Lisboa. As festas tradicionais são as romarias, as festas de artesanato e do romanceiro.

As festas populares contemporâneas são festas que já não pertencem unicamente à civilização camponesa, mas sim a um universo cultural urbano e tendencialmente mais alargado que dá a conhecer às gerações mais novas, os motivos de alegria partilhados e aos mais antigos o prazer da participação continua ao longo da sua vida.

De cariz religioso e profano, o calendário festivo é imensamente vasto pois existe praticamente uma festa em cada dia do ano. A importância da conservação e divulgação destes eventos está assente no dar conhecimento dos costumes e crenças da época, relativa á festividade em questão. Nas Festas Populares, a revista tem como artigo *Energia Inesgotável dos Caretos*.

Entrevista

Em todos os números da revista, é intenção da equipa editorial, que exista um artigo de entrevista que acompanhe a temática do número. Esta entrevista será, maioritariamente, feita a pessoas que de algum modo (pessoal ou profissional) estejam ligadas a áreas relacionadas com o viver e reviver da Cultura Imaterial Portuguesa. Neste contexto, o artigo presente no 1º número da revista *Moldura é Compra-me Como Foi*, entrevista feita a Catarina Portas (n.1969). Catarina Portas é uma jornalista e empresaria portuguesa que se dedicou de alma e coração a um projeto muito interessante relacionado com a saudade.

Agenda

Para além da revista, criou-se uma agenda cultural que se integra no seu conteúdo editorial. Esta agenda dá relevância a eventos de diversas índoles, cinemas, performances, música, exposições, festas, entre outros. Todos estes eventos são fictícios, ou eventos já passados.

A agenda para além de dar ênfase ao que de melhor se faz em Portugal dando destaque primordial aos autores de cultura imaterial portuguesa (sejam atores, fadistas, pintores,... artistas no geral) permite ao leitor uma visão transversal da panóplia de ofertas culturais , eventos, museus, entre uma multiplicidade de atividades compiladas numa única publicação. A agenda dá ainda a oportunidade ao destinatários de se atualizarem por um lado e de efetuar analogias/comparações e metáforas simples entre o passado e a realidade contemporânea. A agenda eleva-se ao seu expoente máximo pelos desafios que coloca ao seu leitor/utilizador promovendo o próprio desenvolvimento humano, estimulando para o efeito a sua criatividade.

De modo a ofertar uma compilação variada e o mais completa possível, abrangendo várias áreas do saber, a agenda apresentaria uma periodicidade trimestral.

Gastronomia

Um dos conteúdos mais solicitados pelos inquiridos do questionário exploratório foi a gastronomia. A gastronomia portuguesa é um grande fator de reconhecimento do nosso País. A dieta mediterrânica é exemplificativa desta realidade, sendo candidata a Património Imaterial da Humanidade pela UNESCO em 2010. No seguimento deste importante passo perante a comunidade, resolvemos integrar um artigo sobre a candidatura da *Dieta Mediterrânica* à UNESCO como Património Imaterial da Humanidade. Contudo, o objetivo desta secção é apresentar também pratos/receitas de gastronomia portuguesa.

Jogos

Os jogos tradicionais portugueses são práticas que podem envolver todas as gerações. Num mundo globalizado e universal, estas práticas vão-se perdendo para os videojogos. É importante manter viva a memória dos jogos tradicionais pois estes fazem parte da nossa cultura. Os jogos foram e continuam a ser elementos fundamentais à promoção da interação social, permitindo iniciar, restabelecer ou fortalecer laços de afetividade cooperação e colaboração, sendo por isso essenciais a todas as faixas etárias. Eles permitem simultaneamente e em específico nos mais novos um primeiro contacto com regras e normas essenciais ao processo de ensino/aprendizagem. Os jogos transgeracionais são igualmente fundamentais na promoção do convívio e do bem-estar das famílias ou grupos de amigos.

Neste contexto resolvemos integrar no corpo editorial da revista *O Pião de Vila Nova de Gaia* e a *Cabra-Cega* como jogos tradicionais portugueses

Ilustração

No projeto, a ilustração irá ser utilizada como um atributo de relevância para a identidade e conceção gráfica da revista. Para Jennings, S (1987) a ilustração divide-se em três funções, podendo assim decorar, informar e comentar sobre um determinado assunto. No universo editorial, a ilustração só começou a fazer parte do mundo das publicações periódicas a meio do séc. XIX. A ilustração em revistas fez um grande sucesso na Europa ocidental e na América do Norte. A introdução de novos métodos de reprodução de imagem no final do séc. XIX fez aumentar o número de novas publicações. Isto fez com que os leitores ganhassem um grande apreço pela ilustração, valorizando ainda mais os seus autores (Jennings, S 1987).

A ilustração editorial, para Jennings, S (1987), é a ilustração de textos e capas para revistas ou jornais. Para tal, a ilustração tem de se adaptar ao meio de modo a poder completar, ilustrar e atribuir ainda mais ênfase ao assunto. Na presente revista, o papel de ilustrador é também conferido ao candidato.

3.5.2 Periodicidade

A revista *Moldura* é uma revista de cariz cultural com uma periodicidade trimestral, apresentando quatro números por ano (março, junho, setembro, dezembro). Este período previamente estabelecido é justificado pelo tempo da recolha e seleção de informação para a produção de uma revista desta tipologia e envolvimento. É um trabalho intenso de pesquisa, espera e eventuais retrocessos. Dada a complexidade e variabilidade sobretudo ao nível do conteúdo e para que não nos afastemos das diretrizes inerentes à qualidade e identidade da revista, todo o processo só é passível de ser realizado com algum tempo de intervalo entre números. A pluralidade de profissionais e de equipas a trabalhar em simultâneo tanto na conceção gráfica dos números editoriais como na seleção e recolha de informação, tornam o processo por si algo moroso. A união de sinergias e o encontro de um equilíbrio harmonioso só será possível com a realização de um trabalho bem planeado estruturado e realizado atempadamente.

3.5.3 Artigos de Abertura

No que respeita ao início da revista, a equipa editorial objetiva a apresentação de um artigo de abertura — Editorial — que ilustre e enquadre em termos gerais a temática a abordar na referida edição. Este editorial será da responsabilidade do editor da revista

O editorial é uma mensagem direta do editor para o leitor, esta normalmente aparece nas primeiras páginas da publicação, e pode ou não diferir de todo o conteúdo da revista. Apesar de tendencialmente apresentar-se enquanto um pequeno texto introdutório (não se verificando o mesmo formato em todas as revistas)– , é nele que o editor vai tentar persuadir o leitor para o conteúdo da revista, através das suas opiniões ou mesmo fazendo alusão às temáticas chave de determinada edição. A forma de apresentação gráfica do editorial vai também definir a linguagem ou mesmo tipologia de comunicação da revista (Foges, C 2000).

3.5.4 Destaques

Ao longo da revista, é possível observar diferentes tipos de artigos. São eles os artigos de desenvolvimento, suplementos informativos e a agenda cultural, onde é possível consultar diferentes eventos, exposições, concertos, entre outros assuntos. Todo este tipo de informação difere graficamente, ou porque a história é mais extensa, ou pela forma como se apresenta. A publicidade a produtos, serviços, instituições, entre outras entidades, não é parte integrante deste projeto editorial.

3.6 Referências Bibliográficas

Bibliothèque nationale de France s.d., *Gazette (Paris 1631)*,
acedido 09 jun 2013, < <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k106358h/f1.image.r=.langen>>.

Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, *Graphic Design: now in production*, Walker Art Center, Minneapolis.

Faria, M & Pericão, M 2008, *Dicionário do livro: da escrita ao livro electrónico*, Almedina, Coimbra.

Foges, C 2000, *Design de revista*, Destart, Lisboa.

Jennings, S 1987, *The new guide to professional illustration and design*, Headline House, London.

Klanten, R et al. 2010, *Turning pages: editorial design for print media*, Gestaltem, Berlim.

Meggs, P & Purvis, A 2012, *Meggs’ history of graphic design*, 5ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Mello, F & Gomes, M 1974, *Nova recolha de provérbios e outros lugares comuns portugueses*, Edições Afrodite, Lisboa.

Moser, H 2011, *The art director’s handbook of professional magazine design: classic techniques and inspirational approaches*, 3ª ed., Thames & Hudson Ltd., London.

Ribas, T 1982, *Danças populares portuguesas*, Ministério da Educação Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Lisboa.

Rocha, C 1985, *Revistas literárias do séc. XX em Portugal*, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, Vila da Maia.

Rocha, S & Nogueira, M, 1995, *Design gráfico: panorâmica das artes gráficas II*, Plátano edições técnicas, Lisboa.

4 Projeto Gráfico — Moldura, revista de cultura imaterial portuguesa

- 4.1 Estudos Iniciais**
- 4.2 Processo Editorial**
- 4.3 Processo de Escolha de Técnicas e Materiais**
- 4.4 Validação**
- 4.5 Revista Moldura**
- 4.6 Referências Bibliográficas**

4 Projeto Gráfico — Moldura, revista de cultura imaterial portuguesa

4.1 Estudos Iniciais

No desenvolver do projeto editorial tivemos em conta que todas as decisões e posições tomadas pela equipa editorial iriam afetar toda uma linha editorial e não só este primeiro número. Para isso foi necessário desenvolver regras e linhas condutoras estruturais e editorais a serem refletidas em todos os números da revista.

First of all, read the text that's to be designed (Moser, H 2011, p.12).⁴⁹

Antes de realizarmos qualquer ensaio a nível gráfico, foi essencial efetuar uma análise profunda do material que iria constituir esta revista, de modo a entender o espírito da publicação, perceber a que público a que se destinaria, e que mensagem pretendia passar. Esta foi, pois, uma fase essencial para captar a essência/ linguagem de cada artigo. Para estruturar um artigo foi necessário identificar várias componentes, tais como: saber do assunto que trata, que referências faz, em que tempo se fala, entre outros aspetos fundamentais. Pretendia-se, assim, reunir toda a informação relevante para o correto entendimento do mesmo e a quantidade e qualidade certa de imagens, ilustrações, infografias, e outros elementos a integrá-lo.

O aspeto físico do projeto, foi um ponto importante abordado nos estudos iniciais. A forma de uma publicação pode influenciar (e influencia) na maneira como o leitor interage com o objeto, tornando-o mais ou menos apelativo. Neste sentido, considerámos e experimentámos diferentes tamanhos e formatos que se adaptassem ao conteúdo e à mensagem a transmitir com esta publicação.

Depois da leitura integral dos artigos, começámos por realizar alguns esboços que fossem de encontro ao conceito anteriormente definido. Na realização dos esboços pudemos observar e identificar as diferentes tipologias estruturais de artigos: como entrevistas, artigos de desenvolvimento, suplementos, e outros. Com esta informação, desenhámos inúmeras opções de *layout*, com diferentes imagens, ilustrações, tipos de letra e cores.

⁴⁹ T.L.: Antes de tudo, leia o texto que está a ser projetado.

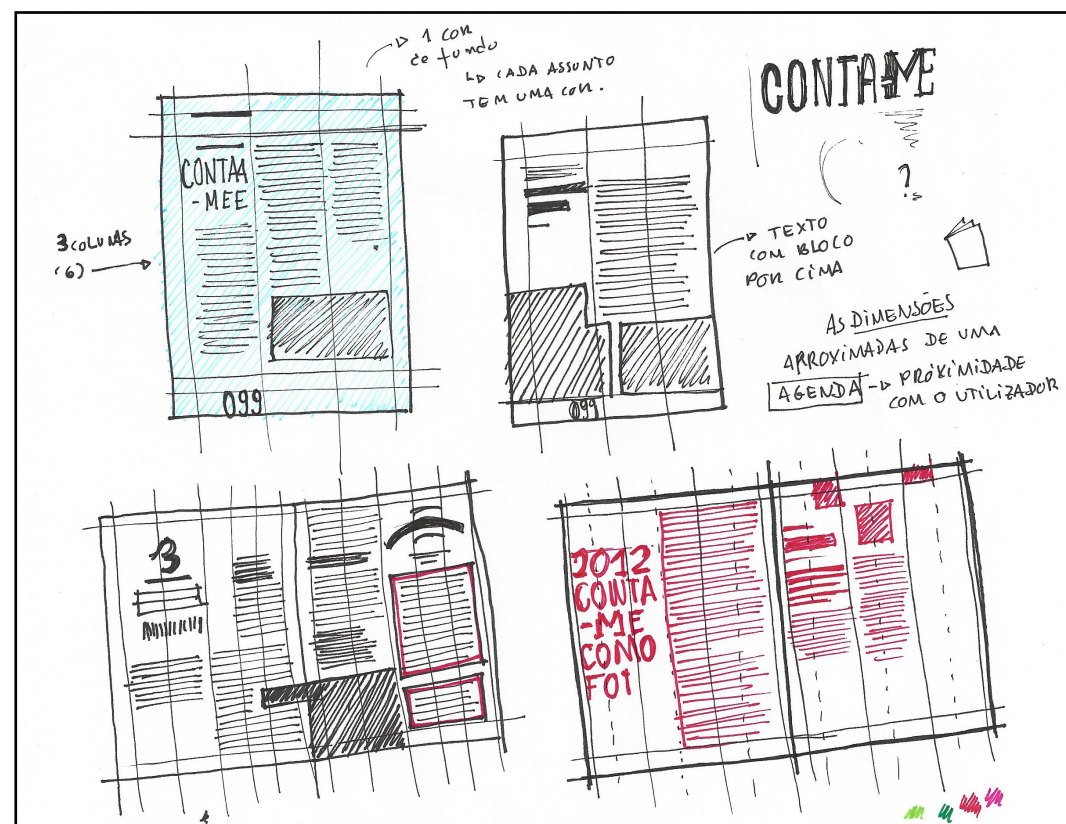
Ao esboçar a estrutura, ou a ‘imagem’ da revista, temos que ter em conta também todo o material de que dispomos. Assim, devemos escolher cuidadosamente cada elemento, e perceber se todos os elementos se relacionam bem entre si, se contribuem para contar a história, se reforçam a ideia, ou até mesmo se acrescentam algo de novo. Toda esta problemática deve estar sempre presente no pensamento do designer aquando da realização do projeto gráfico (Moser, H 2011).

Na nossa perspetiva, o ato de pensar no papel é útil para a definição clara do conceito pretendido. Neste sentido, a nossa metodologia consistiu em pensar em papel e transferir depois a informação para os meios informáticos. De acordo com Moser (2011), quando o conceito é bem estruturado, o processo de desenho livre é essencial na economia / gestão de tempo aquando da realização do projeto. A utilização direta do computador, devido à facilidade de manipulação das formas, cores e tamanhos, aumenta a probabilidade de o designer se afastar e perder de vista o conceito inicial do projeto gráfico, o que não se afigura aconselhável.

▼ FIGURA 42

Estudos iniciais de grelhas e ilustrações, Revista Moldura, 2013

FONTE: Arquivo Pessoal



4.2 Processo Editorial

4.2.1 Objeto

De acordo com o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2002), a Revista define-se por uma, publicação periódica, destinada a grande público ou a um público específico, que reúne, em geral, matérias jornalísticas, desportivas, económicas, informações culturais, conselhos de beleza, moda, decoração etc. “Algumas revistas destinam-se a um público especializado, assumindo, portanto, um determinado formato: jornalístico, científico, literário, desportivo etc.”(Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002d, p.3177).

Para a realização do projeto editorial — *Moldura*, revista de cultura imaterial portuguesa —, escolhemos o formato de revista, objeto físico, por entendermos ser a melhor forma de divulgar, materializar e conservar a cultura imaterial. A escolha de um suporte físico prende-se também com a experiência sensorial que pegar num objeto físico para o ler pode significar.

50 T.L.: — ler uma revista é uma experiência tátil e sensual. O cheiro da tinta, a sensação do papel nas suas mãos, e o reconfortante sentimento de substância, sugerido pelo volume de uma publicação, são elementos periféricos importantes no prazer que é ler uma revista impressa.

— reading a magazine is a tactile, sensuous experience. The smell of the ink, the feel of the paper in your hands, and the reassuring sense of substance suggest by the bulk of a publication are all-peripheral, but important elements of the enjoyment experience when reading a print magazine (Foges, C 2000, p.152).⁵⁰

O aparecimento da Internet e de todo o mundo digital, veio fazer com que as publicações, enquanto objeto físico, tivessem vindo a evoluir, no sentido de se tornarem extremamente bem pensadas, estruturadas, planeadas e manipuladas, de maneira a conseguirem inserir-se no dia a dia dos seus leitores (Klanten, R et al. 2010).

51 T.L.: (...) As revistas têm beneficiado de forma criativa com o aparecimento da internet e de outros meios digitais.

(...) magazines have benefited creatively from the arrival of the internet and other digital forms (Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, p.88).⁵¹

E, para além disto, a revista como objeto físico, tornou-se também objeto de desejo, pela sua raridade e valor (Foges, C 2000).

O aparecimento e a expansão dos meios informáticos veio pôr em causa o futuro da revista e do livro em formato físico. No entanto, é de conhecimento geral que, embora as vendas de publicações em formato digital tenham vindo a crescer de forma exponencial, tal facto não se traduziu na extinção do formato físico.

52 T.L.: Por vezes, uma nova tecnologia não dita a extinção da anterior, poderá acabar com partes da mesma mas ao mesmo tempo força o resto a evoluir.

Sometimes a new technology doesn't drive the old one extinct, but only parts of it while forcing the rest to evolve (Gordon, J 2011, p.1).⁵²

Gordon, J (2011) defende que, tal como os livros e as revistas, também anteriormente se temeu que o cinema e a televisão fossem substituir o teatro e a rádio, o que não aconteceu. De acordo com o autor, por vezes a velha tecnologia permanece ativa devido ao valor sentimental e simbólico que lhe é atribuída pelo seu utilizador.

Para Gordon, J (2011) uma publicação em formato físico tem outras funções distintas ao seu conteúdo. Ao contrário das publicações digitais, estas têm a capacidade de estabelecer uma ligação emocional com o leitor, através do tato, do cheiro do papel, do virar de página ou do seu peso. Gordon, J (2011) afirma mesmo que as publicações físicas irão ter uma existência mais longa como produto comercial do que se imagina.

53 T.L.: Como espadas, os livros têm um poder simbólico. Como lareiras, incutem uma sensação de conforto e aconchego. E, talvez, como as velas, que são extremamente úteis quando as luzes se apagam.

Like swords, books have symbolic power. Like fireplaces, they induce a sense of comfort and warmth. And, perhaps, similar to sails, they make a useful backup for when the lights go out (Gordon, J 2011, p.2).⁵³

Embora as estatísticas apontem para um decréscimo na produção de material impresso, isso não significa que a impressão seja uma técnica perdida. No mundo *online* de *blogs* e *sites* fala-se até da experiência e da importância crescente da impressão tradicional, que é cada vez mais procurada, apreciada e utilizada, trazendo um novo entusiasmo (Fisher, S 2011).

Fisher (2011) afirma que os designers dos dias de hoje devem ser estimulados a olhar para o processo de impressão, não só como fonte de inspiração, mas também como uma maneira de se ligarem à história e origem da sua profissão. O uso de diferentes formatos, texturas, cores e dobras são das muitas técnicas usadas, pelos profissionais do objeto físico, para se distinguirem das publicações digitais (Fisher, S 2011).

As revistas têm provado que irão sempre encontrar forma de inovar e evoluir, afastando-se dos seus oponentes. A evolução dos tempos, as novas tecnologias e novos materiais vieram contribuir para a evolução da revista enquanto objeto físico. E, ao contrário de todo o material eletrónico, as revistas não necessitam de bateria para serem utilizadas.

54 T.L.: (...) as revistas ao longo da história tiveram uma imensa capacidade, não só de se adaptar aos tempos em que são produzidos, mas em agir como o mais claro espelho do seu tempo, representando o seu melhor retrato histórico. Enquanto as revistas estiverem dispostas e capazes de inovar e evoluir, os designers de revista de hoje e amanhã continuarão a moldar e refletir os seus tempos até o próximo milénio.

(...) magazines over the course of history have had an unerring knack not only of adapting to suit the times in which they are produced, but in acting as the clearest mirror of that time, the most vivid historical snapshot. As long as they are willing and able to innovate and evolve, it seems sure that the magazine designers of today and tomorrow will continue to shape and reflect the times in which they live long into the next millennium (Foges, C 2000, p.153).⁵⁴

Embora seja mais fácil e económica a criação de uma publicação digital, é intenção desta equipa editorial que se concretize um objeto físico — revista — que possa então ser transportado, folheado, partilhado e arrumado, e assim construir um elo emocional com o leitor.

55 T.L.: (...) Trata-se de deixar uma prova não só do pensamento humano, mas das suas mãos, algo que os conteúdos on-line ainda não conseguem competir.

(...) It's about leaving evidence not just of human thought but human hands, something that online content still can't compete with (Fisher, S 2011 apud Bennett, D s.d., p.4).⁵⁵

4.2.2 Estrutura Editorial

56 T.L.: A estrutura é a história — é o começo, o meio e o fim.

The structure is the story — it is the beginning, the middle and the end (Klanten, R et al. 2010, p.33).⁵⁶

Ainda antes de realizar o projeto nos meios digitais procedemos à elaboração da estrutura organizacional da revista, com auxílio de uma breve folha de conteúdos, criada para estabelecer a organização de cada artigo.

Neste documento é possível decidir, e ao mesmo tempo visualizar em tempo real, a posição de cada artigo e o espaço que irá ocupar na revista (número de páginas), os diferentes temas, a ordem de assuntos, a linguagem visual, entre outros elementos que podem contribuir para fazer da revista uma experiência ritmada, agradável e interessante.

Na revista em formato físico, ao contrário do que acontece no formato digital, é essencial existir uma forte e clara estrutura, pois aqui o leitor é obrigado a passar por quase todos os artigos até chegar ao pretendido. Neste ponto, o trabalho do de-

PLANO REVISTA MATÉRIA / MOLDURA

(CONTÉÚDOS)

1 - LENDAS / CONTOS / PRESENTAÇÃO

2 - SÁBULOS / ARQUEOLOGIA

3 - MÚSICA

4 - FESTAS & ROMARIAS

5 - DANÇA

6 - GASTRONOMIA

7 - JOGOS

8 - CALENDÁRIO / LUGARES

ARTIGOS -

1 - LENDA / SPREAD

2 - MANHOS E MOLEIROS / 2 LUGARES CONHECIDOS DE MANHOS - CULINÁRIA (GASTRONOMIA)

3 - CRUEL E TRISTE FADO / 2 'A MÚSICA PORTUGUESA A GOSTAR DELA PRÓPRIA'

4 - CARETOS DE ALENTEJO ORIENTAL / 2

5 - FOTOS TÍPIAS? / 2

6 - DIETA MEDITERRÂNEA? / 2

7 - O PIÃO / CADEIA CEGA / 1

8 - 'VÊ A MÚSICA PORTUGUESA A GOSTAR DELA PRÓPRIA' E A AGENDA CULTURAL? / 1

9 - ENTREVISTA - CARMEN PINTAS / 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42	43	44	45
46	47	48	49	50	51	52	53	54
55	56	57	58	59	60	61	62	63
64	65	66	67	68	69	70	71	72
73	74	75	76	77	78	79	80	81
82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99
100	101	102	103	104	105	106	107	108
109	110	111	112	113	114	115	116	117
118	119	120	121	122	123	124	125	126
127	128	129	130	131	132	133	134	135
136	137	138	139	140	141	142	143	144
145	146	147	148	149	150	151	152	153
154	155	156	157	158	159	160	161	162
163	164	165	166	167	168	169	170	171
172	173	174	175	176	177	178	179	180
181	182	183	184	185	186	187	188	189
190	191	192	193	194	195	196	197	198
199	200	201	202	203	204	205	206	207
208	209	210	211	212	213	214	215	216
217	218	219	220	221	222	223	224	225
226	227	228	229	230	231	232	233	234
235	236	237	238	239	240	241	242	243
244	245	246	247	248	249	250	251	252
253	254	255	256	257	258	259	260	261
262	263	264	265	266	267	268	269	270
271	272	273	274	275	276	277	278	279
280	281	282	283	284	285	286	287	288
289	290	291	292	293	294	295	296	297
298	299	300	301	302	303	304	305	306
307	308	309	310	311	312	313	314	315
316	317	318	319	320	321	322	323	324
325	326	327	328	329	330	331	332	333
334	335	336	337	338	339	340	341	342
343	344	345	346	347	348	349	350	351
352	353	354	355	356	357	358	359	360
361	362	363	364	365	366	367	368	369
370	371	372	373	374	375	376	377	378
379	380	381	382	383	384	385	386	387
388	389	390	391	392	393	394	395	396
397	398	399	400	401	402	403	404	405
406	407	408	409	410	411	412	413	414
415	416	417	418	419	420	421	422	423
424	425	426	427	428	429	430	431	432
433	434	435	436	437	438	439	440	441
442	443	444	445	446	447	448	449	450
451	452	453	454	455	456	457	458	459
460	461	462	463	464	465	466	467	468
469	470	471	472	473	474	475	476	477
478	479	480	481	482	483	484	485	486
487	488	489	490	491	492	493	494	495
496	497	498	499	500	501	502	503	504
505	506	507	508	509	510	511	512	513
514	515	516	517	518	519	520	521	522
523	524	525	526	527	528	529	530	531
532	533	534	535	536	537	538	539	540
541	542	543	544	545	546	547	548	549
550	551	552	553	554	555	556	557	558
559	560	561	562	563	564	565	566	567
568	569	570	571	572	573	574	575	576
577	578	579	580	581	582	583	584	585
586	587	588	589	590	591	592	593	594
595	596	597	598	599	600	601	602	603
604	605	606	607	608	609	610	611	612
613	614	615	616	617	618	619	620	621
622	623	624	625	626	627	628	629	630
631	632	633	634	635	636	637	638	639
640	641	642	643	644	645	646	647	648
649	650	651	652	653	654	655	656	657
658	659	660	661	662	663	664	665	666
667	668	669	670	671	672	673	674	675
676	677	678	679	680	681	682	683	684
685	686	687	688	689	690	691	692	693
694	695	696	697	698	699	700	701	702
703	704	705	706	707	708	709	710	711
712	713	714	715	716	717	718	719	720
721	722	723	724	725	726	727	728	729
730	731	732	733	734	735	736	737	738
739	740	741	742	743	744	745	746	747
748	749	750	751	752	753	754	755	756
757	758	759	760	761	762	763	764	765
766	767	768	769	770	771	772	773	774
775	776	777	778	779	780	781	782	783
784	785	786	787	788	789	790	791	792
793	794	795	796	797	798	799	800	801
802	803	804	805	806	807	808	809	810
811	812	813	814	815	816	817	818	819
820	821	822	823	824	825	826	827	828
829	830	831	832	833	834	835	836	837
838	839	840	841	842	843	844	845	846
847	848	849	850	851	852	853	854	855
856	857	858	859	860	861	862	863	864
865	866	867	868	869	870	871	872	873
874	875	876	877	878	879	880	881	882
883	884	885	886	887	888	889	890	891
892	893	894	895	896	897	898	899	900
901	902	903	904	905	906	907	908	909
910	911	912	913	914	915	916	917	918
919	920	921	922	923	924	925	926	927
928	929	930	931	932	933	934	935	936
937	938	939	940	941	942	943	944	945
946	947	948	949	950	951	952	953	954
955	956	957	958	959	960	961	962	963
964	965	966	967	968	969	970	971	972
973	974	975	976	977	978	979	980	981
982	983	984	985	986	987	988	989	990
991	992	993	994	995	996	997	998	999
1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008
1009	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017
1018	1019	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026
1027	1028	1029	1030	1031	1032	1033	1034	1035
1036	1037	1038	1039	1040	1041	1042	1043	1044
1045	1046	1047	1048	1049	1050	1051	1052	1053
1054	1055	1056	1057	1058	1059	1060	1061	1062
1063	1064	1065	1066	1067	1068	1069	1070	1071
1072	1073	1074	1075	1076	1077	1078	1079	1080
1081	1082	1083	1084	1085	1086	1087	1088	1089
1090	1091	1092	1093	1094	1095	1096	1097	1098
1099	1100	1101	1102	1103	1104	1105	1106	1107
1108	1109	1110	1111	1112	1113	1114	1115	1116
1117	1118	1119	1120	1121	1122	1123	1124	1125
1126	1127	1128	1129	1130	1131	1132	1133	1134
1135	1136	1137	1138	1139	1140	1141	1142	1143
1144	1145	1146	1147	1148	1149	1150	1151	1152
1153	1154	1155	1156	1157	1158	1159	1160	1161
1162	1163	1164	1165	1166	1167	1168	1169	1170
1171	1172	1173	1174	1175	1176	1177	1178	1179
1180	1181	1182	1183	1184	1185	1186	1187	1188
1189	1190	1191	1192	1193	1194	1195	1196	1197
1198	1199	1200	1201	1202	1203	1204	1205	1206
1207	1208	1209	1210	1211	1212	1213	1214	1215
1216	1217	1218	1219	1220	1221	1222	1223	1224
1225	1226	1227	1228	1229	1230	1231	1232	1233
1234	1235	1236	1237	1238	1239	1240	1241	1242
1243	1244	1245	1246	1247	1248	1249	1250	1251
1252	1253	1254	1255	1256	1257	1258	1259	1260
1261	1262	1263	1264	1265	1266	1267	1268	1269
1270	1271	1272	1273	1274	1275	1276	1277	1278
1279	1280	1281	1282	1283	1284	1285	1286	1287
1288	1289	1290	1291	1292	1293	1294	1295	1296
1297	1298	1299	1300	1301	1302	1303	1304	1305
1306	1307	1308	1309	1310	1311	1312	1313	1314
1315	1316	1317	1318	1319	1320	1321	1322	1323
1324	1325	1326	1327	1328	1329	1330	1331	1332
1333	1334	1335	1336	1337	1338	1339	1340	1341
1342	1343	1344	1345	1346	1347	1348	1349	1350
1351	1352	1353	1354	1355	1356	1357	1358	1359
1360	1361	1362	1363	1364	1365	1366	1367	1368
1369	1370	1371	1372	1373	1374	137		

4.2.3 Navegação

A função da navegação num projeto impresso tem uma grande importância, e para a cumprir bem, o designer deve trabalhar de um modo que o leitor não note a sua presença, mas encontre facilmente a informação que procura. A navegação numa publicação tem como função guiar e informar o leitor, indicando a sua localização exata (para evitar que se perca), e também a função de facilitar a identificação de assuntos do seu interesse, proporcionando-lhe uma experiência agradável de leitura, (Klanten, R et al. 2010). A navegação é também uma forma de interatividade, uma vez que ‘obriga’ o leitor a interagir com o objeto. Neste contexto da navegação, é também importante hierarquizar a informação.



► FIGURA 44
Índice e Ficha Técnica,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Na navegação numa publicação são importantes os números de página, a sua localização, a sua clareza e a sua legibilidade. No presente projeto entendem-se como elementos de navegação o índice, os números de página, nome da secção, os separadores e a ficha técnica.

O Índice apresenta-se nas primeiras páginas da revista. Aqui é possível encontrar a informação essencial para facilitar a navegação por toda a revista. No índice aparece o nome de cada artigo, o seu autor e a página em que se encontra. Para Foges, C (2000), o índice tem de funcionar extremamente bem, pois a sua função é informar os leitores do conteúdo da revista e da localização exata onde se encontra. Esta informação não deve ocupar mais de duas páginas, o trabalho do designer aqui é conseguir tornar toda esta informação clara, direta, concisa e perceptível.

► FIGURA 45
Índice e Ficha Técnica,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



58 T.L.: A organização e apresentação de informação na página de conteúdo deve refletir a natureza do material que se segue.

The arrangement and presentation of information on the contents page should reflect the nature of the material that is to follow (Foges, C 2000, p.66).⁵⁸

Os números de página apresentam-se sempre no canto superior direito da página ímpar (da direita), deixando o lado esquerdo superior para o nome da publicação e a secção em que se encontra. Esta informação pode, excecionalmente, ser oprimida em páginas especiais que o justifiquem (como é o caso de páginas totalmente ocupadas por uma imagem). O facto de se interromper a numeração apenas ocasionalmente não perturba a capacidade de o leitor se orientar na navegação. No entanto, é importante que essa interrupção não seja feita com muita frequência, nem em várias páginas seguidas.



► FIGURA 46
Separador,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

No final da revista criámos também um espaço de agradecimento especial dedicado a entidades (de carácter individual ou coletivo) que contribuíram para a concretização da revista.

4.2.4 Tipografia

4.2.4.1 A importância da tipografia num projeto de design e a importância da legibilidade

59 T.L.: A tipografia pode sussurrar ou gritar.

Type can whisper or shout (Klanten, R et al. 2010, p.50).⁵⁹

A escolha da tipografia num projeto editorial é de extrema importância, pois muitas vezes tem a capacidade de afetar o humor, opinião e despertar diferentes sensações no leitor. A tipografia é um elemento indispensável que influencia toda uma publicação.

60 T.L.: Todos os meios de comunicação tem também necessidades diferentes. As revistas têm normalmente mais variedade tipográfica (...).

Every medium also has different needs. Magazines conventionally have most use for variety of type (...) (Klanten, R et al. 2010, p.50).⁶⁰

A tipografia é uma disciplina que existe para honrar o conteúdo de qualquer texto. Esta precisa de chamar a atenção para ser lida, no entanto essa atenção não pode distrair o leitor do seu conteúdo (Bringhurst, R 2005).

Para Bringhurst, R (2005), a melhor tipografia é a que não se perde com o tempo, é a que tem capacidade de se tornar atemporal, durável e que não se rege por modas.

A função da tipografia, é assim esclarecer e de certa forma honrar o texto que a suporta. Num projeto de design gráfico existem diferentes aspetos tipográficos a ter em conta. São eles a escolha do formato, a legibilidade, a escolha do tipo de letra (fonte), o tratamento tipográfico do texto e a hierarquia de informação.

“Palavras bem escolhidas merecem letras bem escolhidas”(Bringhurst, R 2005, p.24).

Bringhurst, R (2005), defende que o tratamento tipográfico deve ser feito com cuidado, inteligência, conhecimento e habilidade. Para projetar um trabalho tipográfico, um designer deve, em primeiro lugar, ler, entender, e analisar bem o texto e toda a sua linguagem.

Um dos aspetos que tornam a tipografia num mecanismo de ajuda na compreensão do texto é a ligação que esta pode criar para com outros elementos de informação — fotografias, legendas, ilustrações, infografias, entre outros. A tipografia con-

segue refletir diferentes linhas de leitura onde ajuda o leitor a situar-se na página de forma a encontrar toda a informação que necessita (Bringhurst, R 2005).

Um dos principais aspetos da tipografia prende-se com a legibilidade, isto é, com a facilidade de um indivíduo ler/reter informação disposta num determinado lugar em determinadas circunstâncias. McLean, R (1980) defende que o designer dever saber o quê, o porquê, quem, quando e onde vai ser lida determinada informação, de maneira a poder tornar a informação acessível a todos que a procurem.

Segundo McLean, R (1980), existem três regras relativas à legibilidade que importa ter sempre presentes:

1 - Fontes sem patilhas são intrinsecamente menos legíveis do que fontes com patilhas. As fontes sem patilhas são mais monótonas e mais uniformes, devido à falta dessas mesmas patilhas, logo tornam-se menos apelativas ao olhar;

2 - Fontes romanas, em caixa alta ou baixa, são de mais fácil leitura do que quaisquer das suas variações (como por exemplo os itálicos, negritos, capitulares e versões expandidas e condensadas). Estas variações foram criadas para destacar determinados assuntos do texto, e não para melhorar a sua leitura;

3 - As palavras devem ser tão próximas umas das outras como a largura da letra ‘i’ e deve existir mais espaço de entrelinha do que o espaço entre palavras. O espaço de entrelinha é dos fatores mais importantes a ter em conta para tornar um texto legivelmente agradável.

Para além destas regras de legibilidade existe outro fator que afeta em muito a perceção da informação, e que consiste no suporte dessa mesma informação. A qualidade e variedade do material onde é impressa a informação e o método de impressão são fatores de extrema importância para uma boa legibilidade (McLean, R 1980).

4.2.4.2 Escolha do formato

Na escolha do formato, o designer deve ter em conta o bloco de texto, bem como os elementos informativos e a relação estabelecida entre eles. Para Bringhurst, R (2005), todos os elementos inerentes a uma página como a cor, textura, cheiro e posicionamento de caracteres são elementos que revelam o meio em que uma publicação foi criada. Defende ainda que se uma publicação se parecer demasiado com uma máquina, só as máquinas o quererão ler.

61 T.L.: O livro, como objeto de uso, é determinado pela mão e pelo olho humano.

The book as a usable object is determined by the human hand and the human eye (Hochuli, J & Kinross, R 2003, p.36).⁶¹

Uma página, de acordo com Bringhurst, R (2005), pode assumir qualquer formato. No entanto, alguns formatos serão mais agradáveis que outros. Num projeto tipográfico é habitual começar com a seleção das dimensões de uma página.

E, de acordo com o que Bringhurst, R (2005) defende, neste projeto editorial da revista *Moldura*, a escolha do formato das páginas pretendeu alcançar proporções agradáveis ao ‘olho e à mente’ e que fossem também confortáveis ao nível do manuseamento.

4.2.4.3 Escolha do tipo de letra

A escolha da tipografia é um fator extremamente importante na realização de um projeto gráfico. Segundo Bringhurst, R (2005), a escolha de fontes tipográficas tem de ser efetuada com sensibilidade e inteligência, e deve refletir o carácter do texto.

62 T.L.: Cada fonte interpreta o texto, mas as fontes por si só, não fazem nada.

Every typeface interprets the text; but the typefaces in itself does nothing (Hochuli, J & Kinross, R 2003, p.46).⁶²

A tipografia apresenta-se simplesmente como diferentes caracteres, no entanto, quando agrupados, idealizados e justificados no espaço de uma página apresentam um contexto/ linguagem que adiciona algum valor ao texto que interpreta.

A tipografia é um elemento essencial que ajuda o leitor a compreender a linguagem e conteúdo de um certo objeto gráfico (Lupton, E 2006).

“Ao evidenciar-se, a tipografia pode iluminar a construção e a identidade de uma página, tela, lugar ou produto”(Lupton, E 2006, p.75).

A escolha de uma fonte não deve ser feita de maneira aleatória. Todo o processo de escolha passa pela procura de uma fonte que transmita o carácter do texto, ou seja, que se ligue ao assunto em questão. O designer deverá também ter em conta o destino para o qual a fonte foi criada, a qualidade da mesma depois da impressão e a sua adequação ao papel escolhido depois de impressa (Bringhurst, R 2005).

MOINHOS
E MOLEIRO
NO ALENT

Portugu
A Gostar
Própria'

▲ FIGURA 47
Fonte DIN Std, Revista
Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

▲ FIGURA 48
Fonte Corda,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

63 Esta última foi cedida pelo designer Alemão Dieter Hofrichter, depois da uma troca de um simples e-mail, que disponibilizou gratuitamente toda a família tipográfica para o uso neste projeto de investigação.

64 T.L.: (...) O título é o exercício de estilo livre, aberto à criatividade do seu autor. Deve estimular associações no leitor e despertar a sua curiosidade.

Na sua obra, (Bringhurst, R 2005), sugere o uso de combinação entre fontes serifadas e não serifadas quando o texto é composto por uma fonte serifada. Deste modo, o uso de outra fonte não serifada ajuda na construção de outros elementos e hierarquias de informação.

Na procura de famílias tipográficas que exprimissem, de certa forma, o conceito da revista, deparamo-nos então com as fontes *DIN 1451 Std* e *Corda*.

A *DIN 1451 Std* é uma fonte publicada pelo DIN em 1931 (Deutsches Institut für Normung — German Institute for Standardization). Em 1936, o Instituto de Estandardização/ Normalização Alemão adotou a *DIN 1451* como fonte oficial nas áreas da tecnologia, trânsito, administração e negócios. A escolha desta fonte por parte do Instituto deve-se ao facto de ser uma fonte de fácil legibilidade e simplicidade de formas. Nos anos oitenta, embora não tenha sido uma fonte criada para uso artístico e de propaganda pois havia divergências sobre a sua qualidade estética, a fonte *DIN 1451 Std* começou a fazer parte integrante em trabalhos de designers e estúdios de design muito conceituados devido à sua facilidade de reconhecimento (ex.: David Carson, April Greiman, entre outros). Como consequência, a fonte passou a ser admitida como uma opção válida no uso de fontes sem serifas (Myfonts 2013; Acrobat 2013).

A *Corda* é uma fonte serifada de Dieter Hofrichter (Hoftype) desenhada em 2011. Esta apresenta-se como um fonte elegante com um desenho muito fluido, semi-contrastada mesmo nas variações *medium* e *bold*. Usei de uma aparência leve e jovial. É uma fonte agradável á leitura e dispõe de diferentes variações muito atrativas (Hoftype 2013).⁶³

A combinação entre estas duas fontes, mostra contraste e diferentes ritmos de leitura, tudo o queríamos alcançar com a escolha da tipografia.

(...) *the headline is the freestyle exercise, open to the creativity of its author. It should stimulate associations in the reader and arouse their curiosity* (Moser, H 2011, p.116).⁶⁴

4.2.4.4 Tratamento tipográfico do texto
(espacejamentos, entrelinha, alinhamento, justificação, hifenização)

No que respeita ao tratamento tipográfico de um objeto gráfico, a forma e a tipografia utilizada pode ajudar no imediato reconhecimento do seu conteúdo por parte do seu leitor.

“Embora muitos livros vinculem o propósito da tipografia à melhoria da legibilidade da palavra escrita, uma das funções mais refinadas do design é de facto ajudar os leitores a *não precisar ler*”(Lupton, E 2006, p.63).

A forma como o texto é apresentado influencia a receção da mensagem por parte do leitor. No tratamento do texto é crucial ter especial atenção ao espacejamento, entrelinha, alinhamento, justificação e hifenização. É através destes elementos que o texto se torna mais legível e apelativo (Lupton, E 2006).

4.2.4.5 Hierarquia tipográfica

Outro fator importante na tipografia é a hierarquia. A hierarquia tipográfica assume-se como um sistema de organização de conteúdo textual. O objetivo aqui é ajudar o leitor a localizar-se no texto. Existem inúmeras formas de organizar um texto, cabe então ao designer saber qual a melhor forma de evidenciar essas diferenças (Lupton, E 2006).

Em suma, a tipografia, para Bringham, R (2005), deverá cativar o leitor; revelar o seu carácter e significado; tornar clara a ordem estrutural do texto; ligar o texto a outros elementos informativos e por último conduzir o leitor “(...)para um estado de repouso energético, que é a condição ideal da leitura”(Bringham, R 2005, p.31).

4.2.5 Layout e Grelhas

A grelha é usada para resolver problemas do foro visual, esta ajuda a colocar os diferentes elementos visuais (imagens e texto) por ordem de importância, hierarquia.

“A redução do número de elementos visuais usados e a sua incorporação num sistema de grelhas cria um sentido de planificação compacta, inteligibilidade e clareza, e sugere uma ideia de ordem no desenho. Esta ordem aumenta a credibilidade da informação e desperta confiança” (Müller-Brockmann, J 1982, p.13).

Para Haslam, A (2006), o formato de um publicação circunscreve as proporções da página, a grelha demarca as suas divisões e o *layout* determina a posição dos elementos. O uso destes componentes tornam uma publicação coerente e consistente.

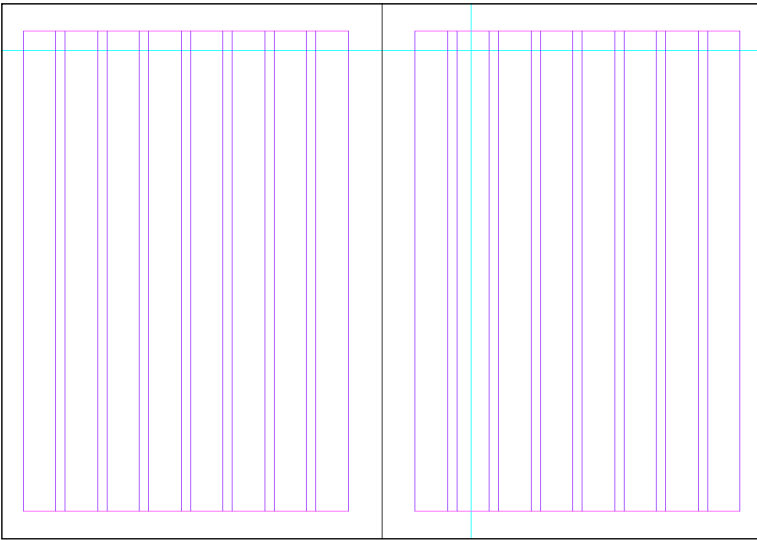
The grid is the structure that holds a publication's design together (Klanten, R et al. 2010, p.59).⁶⁵

O *layout* apropriado (ou seja, a disposição dos elementos na página) é muito importante para estruturar uma revista. Apesar de todas as regras gerais que existem e que se devem seguir para a sua criação, as decisões finais partem sempre do designer, que decide qual a combinação mais adequada ao conceito da revista em causa (Moser, H 2011).

Na criação da grelha-base do presente projeto, tivemos em conta o conceito da revista, o público alvo e a legibilidade.

Definimos as margens (superiores, inferiores, internas e externas), as várias colunas da página, a grelha de base (para o texto) e as linhas-guia. A grelha assim definida, foi pensada para servir todas as secções da revista, e para que o *layout* de todas as páginas pudesse ser construído a partir da mesma.

Establishing a grid is far from a simple task, for it need to be both tight in its structure and flexible in its potential use (Klanten, R et al. 2010, p.59).⁶⁶



65 T.L.: A grelha é a estrutura que suporta todo o design de uma publicação.

66 T.L.: Estabelecer uma grelha está longe de ser uma tarefa simples, esta precisa de ser precisa na sua estrutura e flexível para potenciar a sua utilização.

► FIGURA 49
Grelha de Construção,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Na realização deste projeto editorial utilizámos uma grelha simples e, no entanto, muito completa que nos permitisse tratar de assuntos diversos, mantendo sempre uma linguagem gráfica semelhante.

4.2.6 Capa e Contracapa

67 T.L.: Claro que o conteúdo é a chave, mas sem uma boa capa para atrair a sua atenção à primeira, os leitores nunca vão saber o que estava lá dentro.

Of course, content is the key, but without a good cover to attract their attention in first place, readers will never know what was inside (Foges, C 2000, p.18).⁶⁷

A capa de uma publicação periódica, neste caso da revista, é o resultado da colaboração do Publisher, Designer e Editor. Esta tem como objetivo exprimir e atrair o leitor para o seu conteúdo (Foges, C 2000; Klanten, R et al. 2010).

Para Hochuli, J & Kinross, R (2003), a capa de uma publicação é parte integrante de todo o objeto, nela estão inerentes três funções: a função informativa, a função publicitária e a função de proteção do conteúdo antes de este ser vendido.

Por outro lado, Haslam, A (2006) defende que a capa, numa publicação, tem duas funções: a de proteção e a de comunicação do seu conteúdo.

Capa, contracapa e lombada são elementos que têm vindo a trabalhar em conjunto de modo a contribuir para uma linguagem coerente e concisa ao longo de todas as publicações.

Viewing the cover as a wrap around the book block provides the art director with a greater sense of freedom and a larger canvas (Haslam, A 2006, p.160).⁶⁸

Para Haslam, A (2006), a capa provoca um maior impacto que a contracapa, (...) *the front says 'hello', the back 'goodbye'* (Haslam, A 2006, p.161).⁶⁹

► FIGURA 50
Spread,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

▼ FIGURAS 51
Spread,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



A preservação, a proteção, a promoção e a valorização são medidas essenciais à sobrevivência de qualquer tipo de património, (*).



▲ FIGURA 52
Spread,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

◀ FIGURA 53
Spread,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

70 T.L.: A capa é fundamental, esta consegue persuadir o leitor a segurar uma revista em vez de outra da prateleira. Mesmo quando a revista não é famosa, ou impressa em suporte apelativo a capa deve, ainda assim, competir pela atenção dos leitores com tudo ao seu redor.

A relação entre todos estes elementos (capa, contracapa, lombada e primeiras páginas) transmite, imediatamente ao leitor, o carácter da publicação. O designer deve trabalhar estes elementos de maneira narrativa e objetiva.

The cover is critical in persuading the reader to pick up one magazine instead of another from the rack. Even when the magazine is not a high-profile, mass-market glossy (...) the cover must still compete for the readers attention with everything around it (Foges, C 2000, pp.18-19).⁷⁰



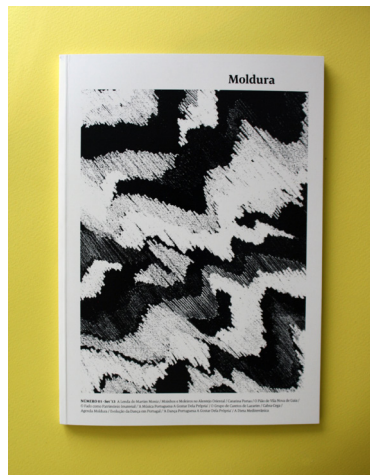
▲ FIGURA 54
Capa, Contracapa e Lombada,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Uma revista tem por obrigação assumir uma posição de destaque. Quando exposta num stand de revistas ou numa livraria, tem de se destacar de todas as que a rodeiam, quer seja pela cor, pelo tamanho, pelo formato, como por qualquer outro elemento. Cabe à capa contribuir para esse destaque, mas cabe-lhe também manter a mesma linguagem (linha gráfica) de números anteriores, e ao mesmo tempo conseguir fornecer novos conteúdos em cada publicação.

71 T.L.: A capa também deve convencer o leitor de que o que eles estão a pagar por um mês é substancialmente diferente do que pagaram no mês anterior, e de novo substancialmente diferente da próxima revista da prateleira.

(...) the cover must also convince the reader that what they are being asked to pay for one month is substantial different to what they paid for the month before, and substantially different again from the next magazine in the rack (Foges, C 2000, p.19).⁷¹

A capa e a contracapa tendem, por norma, a fornecer informação acerca do preço, número, nome da revista e conteúdo. Para esta revista — *Moldura* — criámos uma capa e contracapa com todas essas informações necessárias ao leitor.



▼ FIGURA 55
Capa nº1,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

▼ FIGURA 56
Proposta capa nº2,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

72 T.L.: (...) O designer deve ter em conta a importância de uma reação instantânea, pela parte do leitor, na decisão se deve ou não comprar a revista, os elementos responsáveis por essas reações são os potenciais destaques, tais como as frases de abertura e a adequação da imagem à personalidade da própria revista.

73 T.L.: As capas são para as revistas o que as pétalas são para as flores: elas captam a atenção e, em seguida, levam os leitores para o que é realmente importante — o néctar do seu interior.

Segundo Foges, C (2000), existem dois tipos de capas. O primeiro, usado pela maioria das revistas, recorre à utilização de imagens icónicas, simples, representativas e com uma mensagem direta (pessoa ou objeto). O segundo, utiliza imagens mais complexas (detalhadas), indiretas, onde é necessário um olhar mais atento (ver as imagens e ler os títulos) antes de serem apreciadas ou mesmo percecionadas/compreendidas – exemplo disso são as capas da *New Yorker*.

(...) the designer must take into account the importance of an instant reaction in the reader's decision whether or not to buy the magazine, potential conflicts with other elements such as cover lines and suitability of the image to the personality of the magazine itself (Foges, C 2000, p.27).⁷²

A capa da revista *Moldura*, deverá em primeiro plano, contemplar o nome da publicação, o número, a data e os conteúdos temáticos do número em questão.

A capa e a contracapa apresentam uma espécie de *pas-separtout* (moldura), que envolve um segundo plano de leitura, a ser constituído por uma imagem (fotográfica ou ilustração). Da contracapa farão parte o código de barras e uma explicação do conceito da revista.

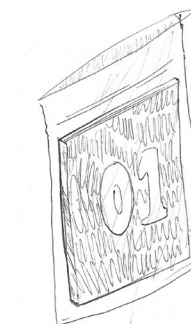
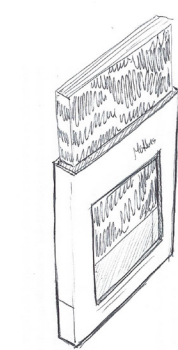
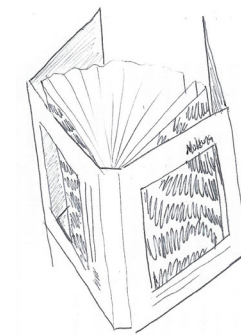
Na realização projetual da revista achámos por bem desenhar uma segunda capa, que ilustrasse o lançamento de uma edição especial. Na capa da edição especial resolvemos levar o conceito da publicação à 'letra', onde criámos um invólucro recortado também em *pas-separtout* sobre uma capa de fundo completamente ilustrada, criando então uma segunda capa protetora.

O uso de ilustração para capa de uma publicação constitui uma das inúmeras maneiras de quebrar barreiras convencionais. A ilustração consegue adaptar-se a todos os assuntos, conseguindo assim transmitir uma interpretação muito própria. Facilitando a comunicação da revista (Moser, H 2011).

Front covers are to magazines what petals are to flowers: they attract attention, and then lure visitors to what is really important – the nectar inside (Foges, C 2000, p.39).⁷³

4.2.7 Coerência da Linguagem Visual

Um aspeto bastante importante em qualquer publicação periódica é conseguir manter uma coerência, sobretudo ao nível da lin-



▲ FIGURA 57
Propostas de apresentação de número especial, Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

▼ FIGURA 58
Apresentação de um número especial, Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

guagem visual (do design), não só dentro de cada número, mas também de uns números para os outros. O conceito da revista *Moldura*, é constante ao longo de toda a publicação, pretendendo, desde a capa até à contracapa, alcançar uma linguagem visual clara, direta e fluída, característica da sua identidade e dos seus valores. E ao longo de todos os números prevê-se manter esta coerência visual e editorial.

A par do conteúdo, é esta linguagem visual que constitui o elemento distintivo da publicação. E o primeiro elemento visual alcançado pelo leitor é a capa, onde a combinação entre logótipo, tipografia e imagem criam uma única identidade visual (Moser, H 2011; Klanten, R et al. 2010). Assim, prevê-se que a capa da revista *Moldura* tenha estes elementos constantes, sempre facilmente identificáveis e numa posição coerente, ao longo de todos os números.



Para garantir continuidade e permitir o reconhecimento por parte do público, o logótipo irá aparecer na capa, sempre na mesma posição, de modo a constituir-se como uma das suas principais características identitárias. Acreditamos também que o próprio formato da revista é um fator característico da linguagem visual da revista *Moldura*. Os três formatos mais utilizados para revistas em todo o mundo são aproximadamente de 432 x 560 mm, 315 x 470 mm e 255 — 305 x 355 mm (Zappaterra, Y 2008). Nos periódicos dedicados a temas culturais é habitual encontrarmos formatos maiores, mais imponentes e robustos. O formato único escolhido para a revista *Moldura*, de 170 x 240 mm, pretende também ser facilmente identificável e destacável pelas suas pequenas dimensões por entre um grupo de revistas de formato mais normalizado.

O tipo de Ilustração, criação própria do candidato, é também um fator característico da sua linguagem visual. As ilustrações foram criadas com o propósito de complementar a informação de cada artigo.



▲ FIGURA 59
Título da revista, Revista
Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

▲ FIGURA 60
Sobreposição de revistas,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

▼ FIGURA 61
Pormenor ilustração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

4.3 Processo de Escolha de Técnicas e Materiais

4.3.1 Produção Gráfica

4.3.1.1 Formato

Na escolha do suporte físico da revista é importante realçar, numa primeira fase, o seu formato. Por ser mais prático, devido à sua distribuição e exposição em bancas de jornais, a maioria das revistas adotam formatos e tamanhos muito idênticos.

74 T.L.: Quando vista sobre um pano de fundo de publicações de tamanhos convencionais, a publicação destaca-se pelo seu tamanho único, o que pode dar um novo incentivo, necessário, à publicação para que esta consiga sobreviver e ter sucesso. Uma revista com um formato menor do que a média pode lembrar um livro, com as suas associações de permanência, coletividade e substância.

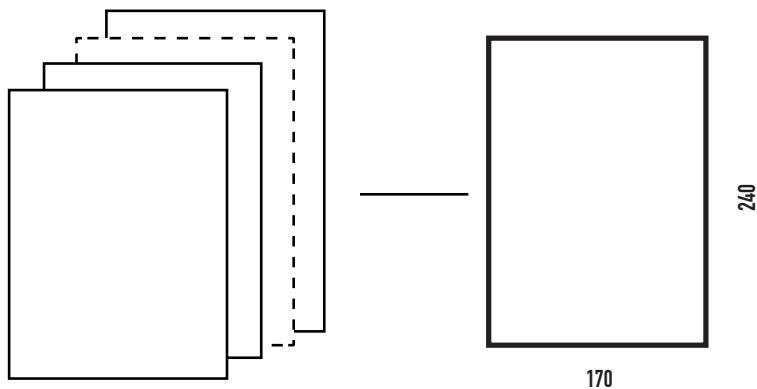
When seen against a back-drop of a conventionally-sized publications, the uniquely-sized title stands out, which may give a fledgling 'alternative' publication the edge it needs to survive and succeed. A magazine with a smaller-than-average format might be reminiscent of a book, with the concomitant associations of permanence, collectability and substance (Foges, C 2000, p.54).⁷⁴

Tendo em consideração a análise efetuada, optou-se pelo formato de 170 x 240mm. A escolha deste tamanho não foi aleatória, pois foi dada especial relevância a dois aspetos essenciais: o manuseamento do objeto e os custos de produção.

Ao iniciar o estudo do tamanho/dimensões da revista, começámos por recortar diferentes tamanhos em papel, que representariam hipoteticamente o formato da revista. Este momento permitiu-nos uma noção clara de que o tamanho reduzido seria o mais apropriado para o manuseamento da revista. Um dos objetivos da revista é também o de ser um objeto não confinado a uma biblioteca, mas que possa ser transportado, lido e partilhado em qualquer sítio oportuno para o leitor (ex.: metro, autocarro, parque, cafés, casa, entre outros).

Ao decidirmos que o formato da revista seria reduzido, começámos por experimentar diferentes tamanhos, no entanto, muito aproximados, como 170 x 220mm, 180 x 230mm e 170 x 250 mm. Antes de procedermos a qualquer escolha definitiva do formato final da publicação contactámos um especia-

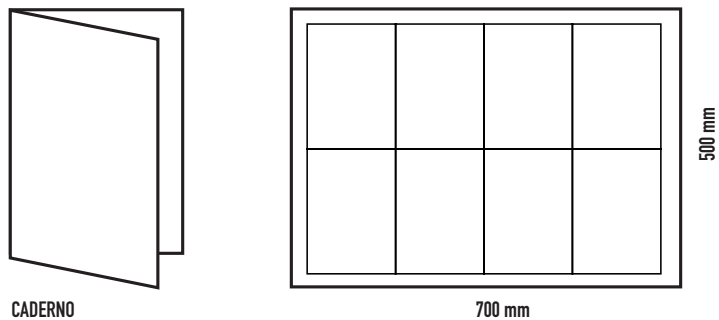
lista da área de impressão, o Sr. Fernando Costa da empresa FINEPAPER. Neste breve contacto foi verificado se o formato 170 x 240mm ao alto seria um formato viável, ou se haveria algum formato aproximado a este mais viável em termos de aproveitamento de papel e custos de produção. Neste contexto, o Sr. Fernando Costa elucidou-nos que o formato por nós escolhido, 170 x 240mm ao alto seria perfeitamente viável.



► FIGURA 62
Formato,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

A viabilidade na impressão deste formato deve-se à maneira como a impressão a nível industrial se processa (neste caso a impressão offset).⁷⁵

A impressão de uma publicação desta dimensão, 64 páginas de miolo, deverá/irá ser impressa em 4 cadernos de 16 páginas. A impressão offset é feita em folhas de grande formato, geralmente de 500 x 700 mm e de 700 x 1000 mm. Nestas folhas grandes são, depois, dispostas metodicamente as páginas da publicação, de modo a que, depois de a folha dobrada e cortada, se consiga um grupo de folhas impressas na frente e no verso e com a numeração ordenada. Ao ato de dispor as páginas na posição correta para impressão chama-se imposição. A esta disposição chama-se deitado, e ao grupo de folhas assim impresso, chama-se caderno.



► FIGURA 63
Imposição,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

75 O sistema de impressão offset é um processo de reprodução/impressão a cores ou a preto e branco. Este processo de impressão tem dois grandes objetivos, são eles a fidelidade de reprodução e a rápida execução de produção. A impressão offset, constitui uma versão mecanizada e desenvolvida da litografia e baseia-se no princípio de repulsão entre água e gordura (tinta gordurosa). Este processo de impressão é indireto, passando a tinta primeiro por um cilindro e depois por uma chapa metálica, só depois atingindo o papel. Esta chapa (fotossensível e flexível) é previamente gravada (por processos fotográficos) para que quando montada na impressora offset consiga reproduzir a imagem e a cor pretendida. Uma chapa é usada para transferir uma cor. Por exemplo, para impressões a quatro cores (CMYK), são necessárias quatro chapas diferentes: uma para o cyan, uma para o magenta, uma para o amarelo e uma para o preto. Para cores especiais (dourados, prateados e Pantones) é necessária uma outra chapa por cor. Existe uma grande variedade em máquinas de offset, que oferecem diferentes opções de impressão, quer ao nível do número de cores (a duas, quatro ou seis cores), quer relativamente à maneira como a folha é impressa (folha por folha, dos dois lados ao mesmo tempo, entre outras opções). Este método é mais direcionado para reproduções de grandes tiragens, a sua utilização em pequenas tiragens torna-se mais dispendiosa (Vilela, A 1978).

► FIGURA 64
Imposição,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Partindo do princípio que será usada uma folha de 500 x 700mm, onde cabe 16 páginas da revista, a imposição deverá ser feita dum lado as páginas frente (ex.: páginas 1, 4, 5, 8, 9, 12, 13 e 16) e do outro as páginas-verso (ex.: as páginas 2, 3, 6, 7, 10, 11, 14 e 15). Nos deitados, o caderno formado pela impressão das páginas classifica-se como Oitavo, pois este assume uma dobra regular de oito folhas, logo 16 páginas. Todo este processo de dispor/ordenar as páginas numa folha para que esta possa ser dobrada em cadernos — imposição — é uma forma de intensificar o aproveitamento de papel diminuindo nos custos de produção (Vilela, A 1978).

7	12	9	1	2	15	14	3
5	12	9	8	7	10	11	6
FRENTE				VERSO			

4.3.1.2 Papel

Na escolha do papel, tivemos presente, a gramagem, a textura, o brilho, a sua relação com o formato, a sua adequabilidade ao tipo de impressão, as questões orçamentais e o conceito original da revista.

Um dos pontos mais importantes ao escolher os materiais de um objeto gráfico é certificarmo-nos que estes adicionam algum tipo de informação. Os materiais, bem como o projeto gráfico, falam por si, podendo contribuir para melhorar o conceito da revista ou mesmo para o prejudicar.

4.3.1.3 Cor

Neste projeto, a cor é um importante fator em toda a publicação. Ao divulgar toda esta cultura imaterial portuguesa devemos manter-nos o mais fiel possível a toda a sua representação. Foi analisada criteriosamente, ou seja, foi mesmo posto em causa a utilização de uma só cor para toda a publicação, contudo, achámos que as verdadeiras cores identitárias das culturas seriam uma mais valia para a revista. É facto que o uso de uma só cor seria, em termos económicos, menos dispendioso.

76 Exemplo de cores diretas são as cores do sistema Pantone. As cores são selecionadas através de um sistema de diversas paletas de cor direcionadas para diferentes suportes com diferentes brilhos, tonalidades, e entre muitas outras especificações.

Ao longo do projeto considerámos o uso de uma cor direta.⁷⁶ Essa cor seria diferente em cada ano da revista. Não existindo nenhum tipo de apoio, não seria apropriado a utilização de cores diretas pois iria tornar a produção muito dispendiosa. Tendo em consideração o aspeto orçamental da revista, o uso de uma cor direta foi substituída por uma combinação de cores semelhante.

Como a capa foi previamente definida a preto e branco, o uso de uma cor contrastante no seu interior tende a reportar cada publicação para uma era contemporânea. As cores então usadas para este número da revista serão as quatro cores de impressão CMYK (cíano, magenta, amarelo e preto).

4.3.2 Uso da Tipografia

O uso tipográfico da fonte *Corda* e *DIN Std* pretendeu ser uma mistura entre o clássico e o contemporâneo.



▲ FIGURA 65
Aplicação tipográfica,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Depois de escolhido o formato final da revista de 170 x 240mm, foi criada a estrutura base para toda a publicação: a grelha. A grelha apresenta-se com margens superiores (13 mm), inferiores (13mm), internas (15 mm), externas (10mm) e com colunas (8 com espaço de 4 mm entre elas).

Todo o projeto foi, a nível informático, desenvolvido no programa Adobe Indesign®.

A grelha foi criada numa página mestre, que serviu para organizar todo o conteúdo ao longo da revista. A partir da página mestre foram criadas múltiplas páginas guias com diferentes formatações destinadas a diferentes assuntos.

77 T.L.: As grelhas mais complexas, contudo, são geralmente aquelas utilizados por revistas, onde é habitual terem oito ou 12 colunas na grelha de construção, com as caixas de texto posicionadas em duas ou três colunas dentro dessa estrutura.

The most complex grids, however, are usually those used by magazines, where it is routine to have eight or 12 columns in a grid, with the text boxes positioned in two or three columns within that structure (Klanten, R et al. 2010, p.59)⁷⁷

No que respeita ao numero de colunas, chegámos ao número oito por tentativa-erro, constatámos que inicialmente 6 colunas seria um número muito reduzido para tanta in-

formação, assim quanto maior o número de colunas maior seria a liberdade de paginação e organização da revista. Tratando-se de uma revista de dimensões reduzidas, esta publicação não poderia ter umas margens muito largas pois o espaço para a informação (texto e imagem) seria muitíssimo reduzido.



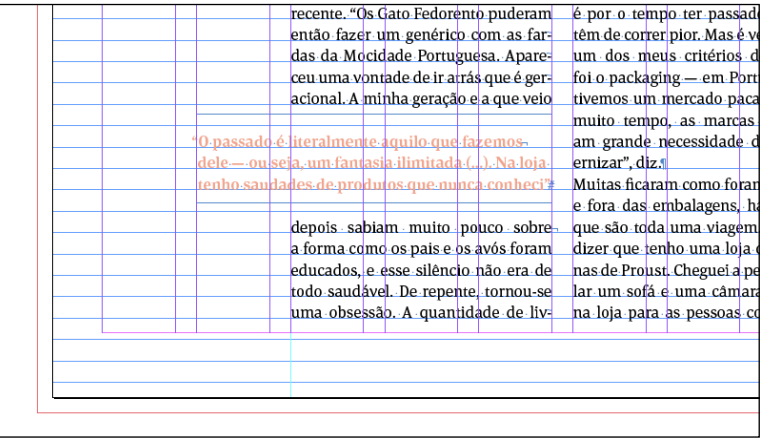
▲ FIGURA 66
Guias, Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Para ajudar o designer na localização do texto e de alguns elementos (tais como informação de secção, os números de página e nome da publicação), no decorrer do projeto foram colocadas algumas

guias horizontais a 6 e 7 mm do topo e outras verticais a 42 mm da margem exterior de ambas as páginas.

Antes de começar a paginação definiu-se também a linha de base da tipografia (*baseline grid*), com a medida de 12pts (de intervalo entre cada linha). A função da *baseline grid* é a de ajustar a linha de base dos textos a uma estrutura fixa, o que é muito importante sobretudo quando há várias colunas de texto na mesma página, em que qualquer desalinhamento (de uma coluna para a outra) seria perceptível, mas assim, facilmente evitável.

► FIGURA 67
Baseline Grid, Revista
Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



A entrelinha do texto deve ser definida por e/ou estar de acordo com esta baseline grid.

Os títulos dos artigos respeitam uma hierarquia de informação estabelecido pela equipa editorial que consiste em Rubrica, Título, Subtítulo, Entrada e Texto.

A rubrica, em *DIN Std*, que se encontrava inicialmente com corpo de 14pts e entrelinha de 16pts, depois de vários testes passou para corpo de 9pts com entrelinha de 12pts. A mu-

dança do corpo e da entrelinha deve-se ao facto de que esta se encontrava demasiado grande em relação ao corpo do texto. A rubrica é um elemento informativo que avisa o leitor de que assunto se trata o texto.

Para os títulos, foram estudadas diferentes formas como versaletes, versais, caixas baixas, texto contínuo e repartido, entre muitas outras opções em *DIN Std* e *Corda*. Contudo optou-se por pôr os títulos dos artigos em duas fontes (*Corda* e *DIN Std*) conforme o conteúdo temático. Distinguiu-se em fonte *DIN Std* os artigos de maior destaque nesta edição. No artigo *O Cruel e Triste Fado*, apesar de ter um papel de destaque nesta edição, achámos por bem atribuir-lhe a fonte *Corda* pois os valores desta tipografia vão de encontro com o significado e força do artigo. Aquando de *Corda*, o corpo ficou com 45pts e com entrelinha de 42pts. Em *DIN Std* o corpo e a entrelinha ficaram com 51pts com 48pts respetivamente.



► FIGURA 68
Títulos,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Para os texto introdutórios — entradas ou chapéus —, bem como para todo o texto dos artigos, foi utilizada a fonte *Corda*, na variação *Medium* com corpo de 12pts e entrelinha de 16pts.

As entradas funcionam como uma ponte entre o título e o texto. Têm como função ajudar o leitor a decidir se deve ou não ler o artigo e mostrar a hierarquia de informação patente no mesmo (Foges, C 2000).

No texto integral dos artigos, usamos duas colunas para facilitar a leitura, tornando o texto menos cansativo e mais dinâmico.

Nestes casos, a fonte *Corda*, é utilizada na variação *Light* com corpo de 9pts e 12pts de entrelinha. Para fundos de cor, existiu a necessidade de alterar a variação do texto para *Corda Regular*.

Para realçar partes importantes do texto foram criados dois tipos de destaque. O primeiro consiste em frases ‘chave’ retiradas do texto que marcam a postura do tema, aqui é usada a fonte *DIN Std* com corpo de 21pts e entrelinha de 23pts. O segundo tipo de destaque assume uma função mais explicativa, de apoio ao texto, aqui a fonte usada foi a *Corda* na variação *Bold*, com corpo de 9pts, entrelinha de 12pts e com uma cor diferente. Nos destaques ‘chave’ resolveu utilizar-se as colunas do texto e mais uma, de maneira a interromper a leitura do utilizador. Estes destaques tem como objetivo ser a primeira informação a ser lida quando se abre a página.

Depois da caracterização de todos os elementos anteriormente mencionados, chegara a hora de decidir a localização dos elementos informativos de navegação. Para chegar à formatação final foi necessário passar por um pequeno estudo de manuseamento do objeto. As várias opções estudadas passaram por pôr os números de página e os elementos de navegação nas margens laterais exteriores, em rodapé, no canto superior e inferior. De todas as opções escolhemos a mais simples, adequada e funcional. Optámos então por colocar a numeração só na página ímpar, no canto superior direito, junto com a informação da rubrica no canto superior esquerdo, para não sobrecarregar a dupla página (o *spread*). A página esquerda, ficou assim reservada para o nome da publicação e para a rubrica no canto superior esquerdo. Toda a formatação dos elementos de navegação é feita com a fonte *DIN Std* com corpo de 7pts.



► FIGURA 69
Destaques,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Para todos os créditos fotográficos foi usada a fonte *Corda* na variação *Light* com corpo de 6.5pts. Aquando da colocação da fonte esta apresenta-se na variação *ExtraLight* com o corpo de texto a 5.5pts.

Na ficha técnica, localizada no verso da capa, o uso da tipografia foi muito importante para toda a montagem e organização da mesma. Sendo um dos primeiros elementos que entra em contacto com o leitor, e tendo como função informar quem produziu a publicação em causa, esta secção tem que se mostrar e assumir uma estrutura organizada e apelativa, que revele a linguagem de toda a revista *Moldura*. Aqui a fonte *Corda* foi usada com maior frequência.



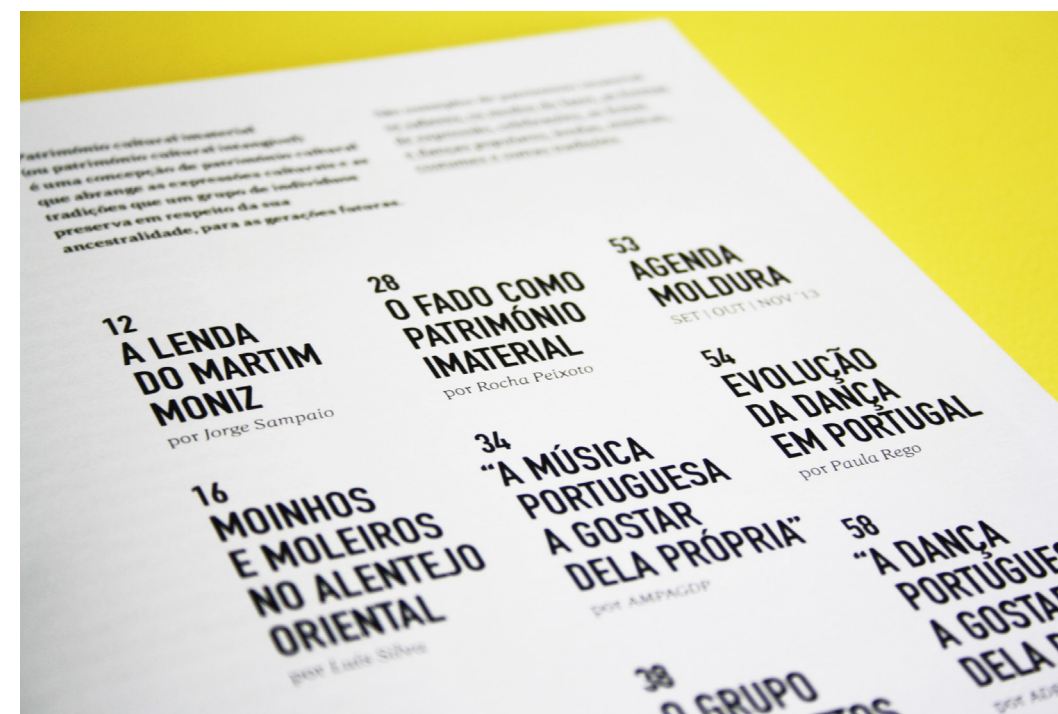
▲ FIGURA 70
Ficha Técnica, Revista
Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

A página começa com um cabeçalho onde se apresenta o nome/logótipo da publicação (conforme consta na capa, mas em negativo pois aqui o fundo é preto), o número da edição com variação a *Bold* com 8pts, o subtítulo da publicação com variação Medium em caixa baixa com 8pts e entrelinha a 12pts, a data em versaletes com variação *Regular* em corpo de 6pts e entrelinha de 12pts e uma breve descrição da revista com variação *Medium* da fonte *Corda* com corpo de 8pts e entrelinha de 12pts.

Ainda na mesma página são apresentados os dados relativos à ficha técnica. Este compêndio destina-se à apresentação de todos os profissionais que contribuíram para a realização da publicação, em exclusivo, ou seja, dando-se especial atenção aos que deram o seu contributo nesta primeira edição. Desta feita, revolvemos dar mais ênfase ao indivíduo, apresentando o seu contacto, e menos destaque à área correspondente da sua contribuição.

Tendo em linha de conta todos estes aspetos, no título da área de trabalho foi utilizada a caixa alta com corpo de 6pts, entrelinha de 12pt e variação *Bold*. No nome do indivíduo foi utilizada a variação *Regular* com corpo de 8pts e entrelinha de 12pts. No contacto do indivíduo resolvemos utilizar a mesma variação, uma vez que se relacionava com o nome, mas diminuímos o seu corpo e entrelinha para 7pts e 9pts respetivamente.

O Índice, tal como a ficha técnica, é dos primeiros elementos a estabelecer contacto com o utilizador, logo ao abrir a publicação. Aqui a sua estrutura, rigidez, objetividade e simplicidade têm de estar em sintonia com toda a publicação. De acordo com esta linha de pensamento dividimos a página em duas zonas, uma de introdução ao tema geral da publicação — onde é explicado o significado de cultura imaterial, e outra de índice de temas e conteúdos do número em questão — *Moldura 01*. Na zona de introdução demos uma continuação visual ao cabeçalho da página da ficha técnica, aqui são utilizadas as variações *Bold* e *Regular* com corpo de 8pts e entrelinha de 12pts.



▲ FIGURA 71
Índice, Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Na mesma página apresentamos o índice. Aqui a fonte *DIN Std* ganha força e contraste de modo a dar mais visibilidade ao índice. O número de página encontra-se em corpo de 16pts com entrelinha de 12pts, o título tem 20pts de corpo e entrelinha. A descrição e autoria passa para *Corda* com variações de *Light* e *Light Italic*, caixas altas e diferentes tamanhos (entre 8pts e 7pts) com entrelinha de 12pts.

Na última página da revista *Moldura*, optámos por criar uma secção que antecipa, de certa forma, o próximo número da revista *Moldura*. Nesta secção utilizámos a mesma formatação do cabeçalho da página da ficha técnica, unicamente alterando o mês e o número da publicação. Com esta opção criamos uma espécie de ficha técnica e índice do próximo número da revista.



▲ FIGURA 72
Verso Contracapa, Revista
Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Para a introdução dos temas que virão na próxima edição colocamos o título e um pequeno texto introdutório. Para os títulos foi usada a fonte *Corda* de variação *Regular* com corpo de 8pts e entrelinha de 12pts. Nos textos introdutórios usou-se a mesma fonte, com a variação *ExtraLight*, corpo 6pts e entrelinha 9pts.

Ainda na mesma página, criámos uma ultima secção de ‘agradecimentos’ a entidades, indivíduos e grupos que se tornaram imprescindíveis na realização e produção desta publicação periódica. Aqui, acompanhado de uma fotografia ilustrativa, falámos individualmente de cada entidade e tivemos o cuidado de apresentar um currículo resumido de cada profissional, como forma de agradecimento. O título desta secção é formatado, da mesma forma que as rubricas dos elementos informativos de navegação, em *DIN Std* com corpo de 7pts. Já o corpo de texto em uma coluna é formatado com a fonte *Corda* com variação *ExtraLight* para o texto e *Medium* para o nome, ambos com corpo de 6pts e entrelinha de 9pts.

A Agenda, tema que será abordado em detalhe adiante, é um suplemento da revista *Moldura* que, inicialmente, se previa que tivesse como formato 115 x 215mm. Todavia, com o desenvolvimento do projeto deparámo-nos com a hipótese de aumentar o seu formato pois este deveria acompanhar o igual aumento que tinha ocorrido no número de colunas da revista. Com isto, o seu formato passou a ser de 127 x 214mm. A agenda é assim igualmente assente numa estrutura com margens superiores (4 mm), inferiores (4mm), internas (15 mm), externas (4mm) e colunas (6 com espaço de 4 mm entre elas).



► FIGURA 73
Agenda,
Revista *Moldura*, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Na agenda, a tipografia utilizada foi maioritariamente a fonte *Corda*. No título *Agenda Moldura* foi utilizado a variação *Light* em corpo de 34pts com entrelinha de 36pts. Na descrição dos meses foi também utilizada a variação *Light* mas em caixa alta com corpo de 11pts e entrelinha de 12pts.

Na rubrica que apresenta os diferentes tipos de espetáculos utilizámos a fonte *DIN Std* sobre um retângulo preto, de corpo de 10pts e com 12pts de entrelinha.

Nos títulos dos diferentes eventos é usada a fonte *Corda* com a variação *Medium* com corpo e entrelinha de 12pts. A variação *Light* com corpo de 9pts e entrelinha de 12pts é utilizado para descrever o local do evento. Para distinguir toda a informação acerca do dia, hora e preço utilizámos diferentes variações da fonte *Corda* (*Medium*, *Light* e *ExtraLight*) com o mesmo corpo de texto de 8.5pts com entrelinha de 12pts.

Por último, o texto descritivo de toda a agenda foi tratado na fonte *Corda* na variação *ExtraLight* com corpo de 9pts e entrelinha de 12pts.

4.3.3 Imagens

No decorrer da realização do projeto da revista Moldura depa-
rámo-nos com dois tipos de imagem — a fotográfica e a ilus-
trativa. O primeiro grupo foi recolhido pela equipa editorial
e/ou cedido por entidades diversas (a título individual ou em
grupo). Ao longo da revista são apresentados os créditos fo-
tográficos a todos os autores. O segundo grupo, de imagens
ilustrativas, foi na sua totalidade realizado pelo candidato.

Nas imagens fotográficas de autor, as únicas alterações feitas
pela equipa editorial foram relativas ao tamanho, enquadra-
mento e utilização a preto e branco, enquanto que nas reco-
lhidas pela equipa editorial, provenientes de fontes diversas,
a manipulação foi mais extensiva, passando por correções de
luminosidade e contrastes, pela aplicação de filtros, entre ou-
tros ajustes através do programa Adobe Photoshop®.

Das fotografias de autor podemos destacar as imagens cedi-
das pela fotógrafa Chloe Dewe Mathews, que depois da troca
de alguns emails, cedeu (enviou por email) na totalidade to-
das as fotos da sua exposição em Portugal sobre os Caretos de
Lazarim para serem utilizadas livremente na paginação do
artigo '*Energia Inesgotável dos Caretos*' da revista *Moldura*.
Chloe Dewe Mathews é uma fotógrafa radicada em Londres.
Formou-se em Belas Artes na *Ruskin School of Fine Art*, em
Oxford, trabalhou na indústria de cinema comercial durante
três anos. Dedicou-se à fotografia, como um processo criativo
mais imediato e íntimo. Tem trabalho publicado em revistas
como *Times*, *Independent*, *Dazed and Confused*, *Harper's Ba-
zaar*, *The New York Times Magazine*, entre outras. Mathews
já expôs em Londres, São Paulo, Buenos Aires, Berlim e mais
recentemente em Portugal.

Nestas fotografias a única edição efetuada pela equipa edito-
rial foi ao nível dos enquadramentos, para que fosse possível
uma maior e melhor adaptação à paginação da revista.

As imagens ilustrativas referem-se ao trabalho de ilustração
criado pelo candidato, especialmente para esta revista. Na
maior parte das vezes o método de trabalho do autor passa
pelo desenho à mão livre, digitalização e desenho final em
Adobe Photoshop®.

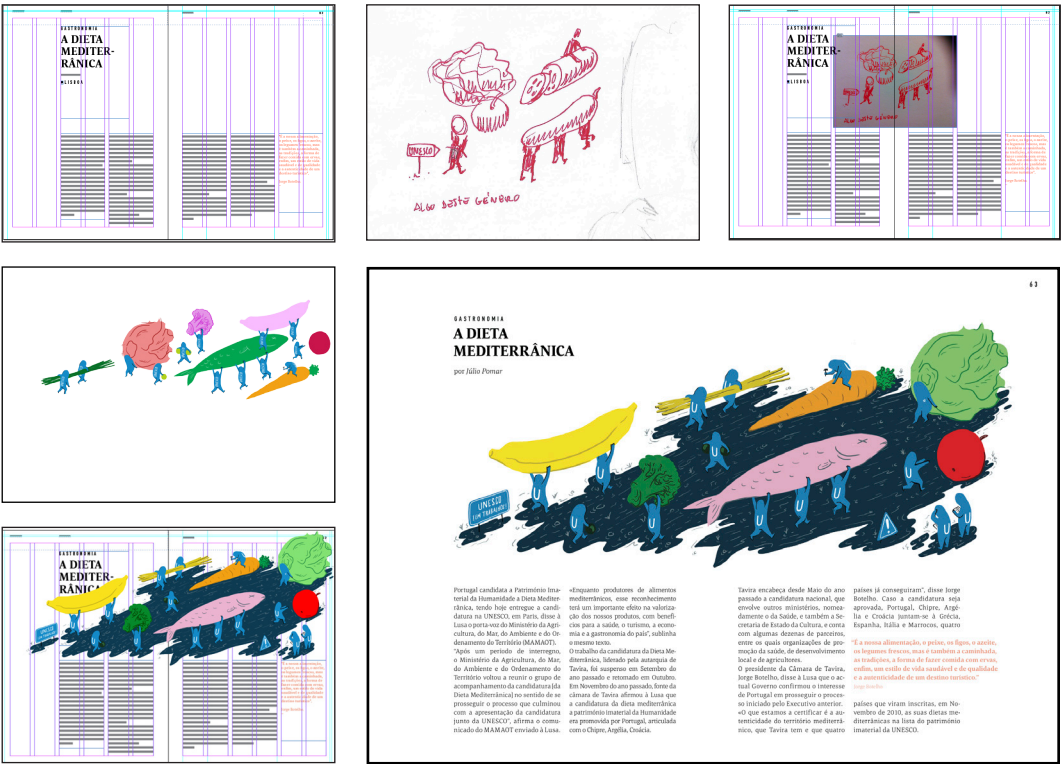


▲ FIGURA 74
Projeto fotográfico de Chloe
Dewe Mathews, Revista
Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

As ilustrações de *A Lenda de Martim Moniz*, *Moinhos e Mo-
leiros no Alentejo Oriental*, *Compra-me Como Foi*, *O Pião de
Vila Nova de Gaia*, *Cabra-cega* e *A Dieta Mediterrânica* foram
executadas de maneira muito semelhante. Depois de organi-
zar todo o texto de um artigo, é estudada a melhor forma de o
ilustrar, e para isso é tido em consideração o tom do artigo, a
posição a tomar e o aspeto gráfico pretendido. Depois de um
breve esboço à mão, este é digitalizado e devidamente edita-
do e adaptado e conjugado com o formato definido pelo texto.
É através da ilustração que se reforça toda uma linguagem e
intenção de um artigo.

Na ilustração do artigo *A Dieta Mediterrânica* podemos des-
tacar a história por detrás do desenho. Uma vez que o artigo
fala da candidatura da mesma a património imaterial mun-
dial da UNESCO, o candidato resolveu ilustrar uma cena fic-
tícia que relatasse todo o processo de levantamento e avalia-
ção do que se entende por dieta mediterrânica. Deste modo,
procedeu-se a uma metáfora gráfica através de elementos
da UNESCO a levantarem e analisarem literalmente todos os
elementos constituintes da dieta mediterrânica. Este tipo de
ilustração tem um cariz cómico, com o objetivo de suavizar as
temáticas tratadas.

▼ FIGURA 75
Processo de ilustração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



Na ilustração da capa da revista, o método de trabalho foi ligeiramente diferente. Aqui a ilustração foi criada inteiramente à mão com diferentes espessuras de grafite, tendo sido mais tarde digitalizada e tratada a nível de luminosidade e contraste, no programa Adobe Photoshop®. A ilustração de capa pretende transmitir a força e energia dos Caretos de La-

zarim através da representação da dinâmica dos seus trajes, mediante a utilização de um traço ritmado, livre de meios digitais. O padrão mostra ainda a instabilidade emotiva de todo aquele povo em épocas festivas, mais especificamente de carnaval onde é possível assistir a sentimentos/emoções aparentemente contraditórias, reinando por vezes a alegria, a par da tristeza, da saudade, da euforia entre muitas e variadas emoções que emergem e interagem num ambiente tradicional e puramente manifesto da cultura de um povo.

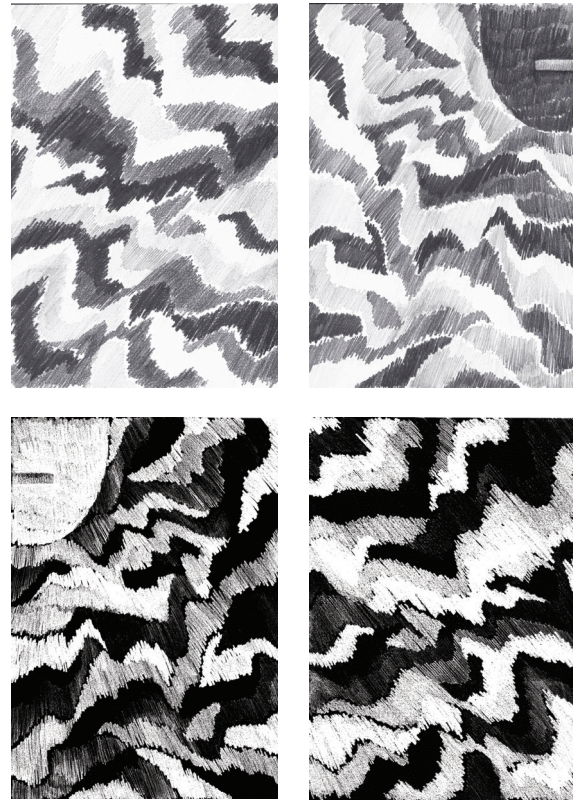
3.3.4 Separadores

Ao longo da revista é possível observar que na entrada de artigos é usado um separador. Os separadores servem para reforçar uma troca de secção ou assunto, ou mesmo até anunciar a entrada de um artigo com mais importância (Foges, C 2000).

Nesta publicação resolvemos dividir os conteúdos por artigos e suplementos. Tendo os artigos uma maior extensão e os suplementos uma menor extensão, como notícias ou pequenas histórias, por exemplo.

Perante um artigo de desenvolvimento ou de maior destaque, o separador é composto por duas páginas (*spread*) onde se apresenta com uma imagem em grande plano ou de fundo acompanhado da rubrica, título, subtítulo (quando necessário), autoria e entrada (texto introdutório). Exemplo disso são os artigos *Moinhos e Moleiros no Alentejo Oriental*, *Compra-me Como Foi*, *O Cruel e Triste Fado*, *Energia Inesgotável dos Caretos* e *Evolução da Dança em Portugal*. Aqui as imagens são colocadas em grande plano alinhado à última coluna externa da página direita, esta prolonga-se pelas duas páginas deixando ainda espaço na página esquerda do *spread* para toda a informação do artigo que

se segue. Informação esta que aparece sempre no mesmo sítio em todas as aberturas de artigo. A única abertura de artigo que difere de todas as outras é o artigo de Entrevista *Compra-me Como Foi*. Aqui optámos por colocar uma imagem da entrevistada como fundo do separador, esta ocupa todo o *spread*, o que obriga à colocação de toda a informação a negativo pois o fundo é a preto.



▲ FIGURA 76
Processo de ilustração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



▲ FIGURA 77
Separador,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

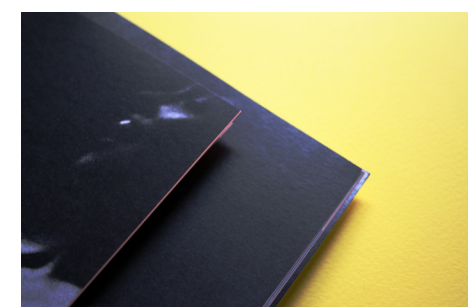
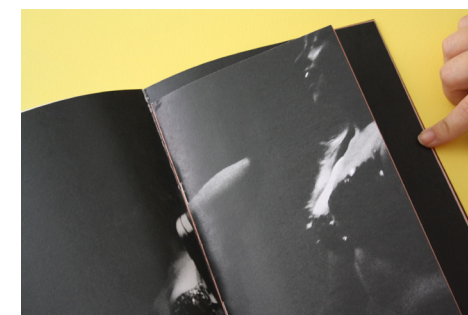
Para os restantes suplementos, de menor tamanho, achámos que não seria necessário o uso de separador. Os suplementos ocupam no máximo duas páginas (*spread*), no entanto, a informação aparece sempre no mesmo local que nos artigos, na página esquerda em cima.

A lenda de Martim Moniz, *O Pião de Vila Nova de Gaia*, *Cabra-Cega*, *Agenda Cultural* e *A Dieta Mediterrânica* são os suplementos deste primeiro número da revista *Moldura*.

3.3.5 Agenda

Como já foi referido anteriormente, a *Agenda* é um suplemento. No entanto, este suplemento provoca um impacto diferente no leitor. Este apela à interatividade uma vez que se encontra num formato diferente da própria revista onde se insere.

O objetivo desta formatação é incentivar/desafiar o leitor a prestar mais atenção (valorizar) e por último a frequentar/aderir às manifestações culturais sugeridas pela agenda. Para reforçar o impacto visual com a revista, na agenda, é usado um fundo contrastante. A paginação da agenda é assente na mesma grelha que a revista, no entanto, tem menos duas colunas (pois também o seu formato é menor). Inicialmente examinámos a hipótese de se tratar de um suplemento que fosse retirado, no entanto, o nosso objetivo era manter a agenda permanentemente na revista. Outros dos aspetos tomados em consideração foi o facto de verificarmos que a nível económico o custo de produção para algo amovível seria muito elevado. Contudo, optámos por



▼ FIGURAS 78 e 79
Agenda,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



► FIGURAS 80 e 81
 Agenda,
 Revista Moldura, 2013
 FONTE: Arquivo Pessoal



assumir a posição física da agenda na revista. Para tornar a agenda mais interativa e interessante camuflámos a primeira página da agenda com a mesma imagem de fundo da página, de forma a surpreender o leitor. A última página da agenda é impressa na mesma página da revista para conferir igualmente o efeito de ilusão, o que também torna a sua produção mais económica.

4.4 Validação — Opinião de especialistas

Ao finalizar a elaboração projetual da revista, considerámos que seria uma mais valia em termos de credibilidade do trabalho, realizar a validação do projeto gráfico da revista *Moldura*. Neste contexto e com vista a conferir a validação do projeto gráfico, resolvemos contactar um especialista em design editorial, o designer Jorge Silva. Para obter uma validação relativamente à pertinência do projeto editorial recorremos a Dra. Clara Bertrand Cabral, responsável pelo setor da Cultura na Comissão Nacional da UNESCO.

4.4.1 Validação Jorge Silva

A Validação foi realizado no atelier do designer, *silva!designers*, em Lisboa no dia 26 de julho de 2013, sendo que a duração do encontro presencial foi de aproximadamente hora e meia. Para a validação do projeto imprimimos uma maquete, de baixa qualidade, para facilitar a análise do especialista.

A escolha deste especialista deve-se ao facto de se tratar de um designer editorial com mais de 30 anos de experiência no ramo, ligado à direção de arte e à ilustração editorial de publicações periódicas. Jorge Silva foi ilustrador entre 1986 e 1994; Diretor de arte de *O Independente* de 1991 até 2000; Foi diretor de arte das revistas *20 Anos* (1997-1998) e *Ícon* (1999-2001); Colaborou com o Salão de Lisboa entre 1998 a 2001 onde desempenhou cargos de edição, com o design de catálogos gerais e temáticos, como a *Ilustração Portuguesa: 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 e 2004*; Em 1999 criou os suplementos para o jornal *Público — Y e Mil Folhas*, onde fez direção de arte entre 2000 e 2001; Em 2001 criou o seu atelier *Silva!designers*; Foi diretor de arte do grupo editorial *Leya* de 2007 a 2010; Hoje em dia é responsável pela *Coleção D* (coleção de livros dedicados à história do design e designers portugueses) e pela direção de arte da *Agenda Cultural Lisboa* (edição da Câmara Municipal de Lisboa).

Ultimamente tem assumido o papel de docente em workshops e cursos de pós-graduação na área de direção de arte. É docente de Direção de Arte no mestrado de Design Editorial da Faculdade de Belas Artes do Porto e de Design no curso de Mestrado de Edição Infantil da Universidade Católica em Lisboa.

Numa breve reunião, Jorge Silva, elogiou e sugeriu alguns pontos que poderiam ser alterados de modo a melhorar o resultado final da revista *Moldura*. Importa salientar que no decorrer da reunião, o Designer optou por analisar a revista a nível editorial, gráfico e estilístico.

No início do processo de validação o candidato começou por explicar o conceito, a forma e os materiais em que a revista iria ser produzida (tipo de papel, encadernação, entre outros elementos).

De seguida e com vista a uma melhor compreensão do processo iremos relatar a validação pela ordem original da conversa com o profissional da área.

Relativamente ao título da publicação, o designer mostrou-se surpreendido e ao mesmo tempo satisfeito com a escolha do nome *Moldura*. Foi então apontada a questão de que neste projeto editorial o design, a edição e a direção de arte são papéis executados pela mesma pessoa, que no seu ponto de vista é um problema mas também um desafio.

Relativamente aos destaques descritivos efetuados ao longo do corpo de texto dos artigos, o designer disse tratar-se de um tipo de destaque muito clássico e pouco interessante. Já os destaques feitos na fonte *DIN Std* foram elogiados, onde sugeriu apenas a alteração do seu posicionamento.

Ao longo de toda a análise do projeto, o designer Jorge Silva foi elogiando e contemplando as ilustrações feitas pelo candidato, destacando a sua boa execução, humor e originalidade de traço.

Relativamente à ficha técnica da revista, o designer afirmou que o número da revista estava muito pequeno, o que fazia parecer parte da paginação da página sugerindo o aumento de corpo para o mesmo que o título.

Na capa, o designer elogiou a modernidade, sobriedade de *layout* e minimalismo conseguidos, bem como a apresentação da revista ao público e os matérias utilizados. A linguagem contemporânea, o grafismo e a elegância do próprio objeto foram bastante elogiados.

Ao longo do processo de avaliação, Jorge Silva, fez referência a certos pontos/lacunas que deveriam ser mudados pois, na sua visão como editor, diretor de arte e designer, não se encontravam em concordância com todo o projeto gráfico. Esses elementos foram: as entradas de artigos (que não começavam todas da mesma maneira); os títulos de artigos não se encontravam todos no mesmo tamanho; uma fotografia que estava desfocada; no artigo dos Caretos, a imagem dos mesmos deveria aparecer depois do separador; no artigo de entrevista, a disposição dos países onde se encontram o negócio de Catarina Portas não acrescentam nada de novo; e no artigo da Cabra-cega, o uso de hífen e travessões não se encontrava correto.

Para enriquecer todo o projeto gráfico e editorial da publicação, Jorge Silva, sugeriu a mudança dos títulos para uma linguagem mais direta, descritiva e neutra. A criação de um portfólio fotográfico no artigo dos Caretos foi uma das sugestões do designer que acrescentou ainda a possibilidade de existir um segundo nível de leitura que contasse uma história diferente para cada pessoa fotografada. Relativamente à *Agenda Cultural*, sugeriu que se apagasse a palavra ‘Cultural’ uma vez que esta já se encontra muito ‘gasta’ nos dias de hoje. O facto da agenda ser um suplemento fixo à revista foi algo elogiado pelo designer.

Após a análise de todas as considerações efetuadas pelo Designer, considerámos a validação uma ótima ferramenta de trabalho. Constituiu uma visão de fora que nos fez reparar em diferentes elementos passíveis de melhoramentos, o que trouxe mais valias e uma progressão ao projeto gráfico. Este tipo de avanço geralmente acontece sempre que se submete um projeto de design à apreciação e à discussão com outros profissionais.

4.4.1.1 Alterações efetuadas após a validação

Após a validação com o especialista Jorge Silva apercebemo-nos da existência de alguns pontos que poderiam ser melhorados.

Começámos então por reescrever determinados títulos de artigos que, de acordo com o designer, não se adaptavam a uma revista desta índole pois atribuíam valores que não correspondiam à elegância da publicação. Desta feita, procedemos à alteração dos títulos dos seguintes artigos: artigo de entrevista *Compra-me Como Foi para Catarina Portas, O Cruel e*

Triste Fado para O Fado como Património Imaterial e Energia Inesgotável dos Caretos para O Grupo de Caretos de Lazarim.

Alguns elementos tipográficos, como títulos, subtítulos e outros elementos gráficos revelaram-se, depois da validação e de vários testes de impressão, relativamente grandes e desproporcionais. Para solucionar o referido problema optámos por reformular o tamanho dos títulos, entradas e destaques, de modo a não prejudicar a linguagem visual da revista, mantendo assim o seu conceito e contemporaneidade.



► FIGURA 82
Alteração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Para os títulos, que se encontravam compostos na fonte *Corda* com corpo de 45pts e entrelinha de 42pts, foi alterado o tamanho para 21pts com entrelinha de 24pts. Os títulos em *DIN Std* passaram para 23pts de corpo com 24pts de entrelinha.



► FIGURA 83
Alteração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

As entradas foram reformuladas para corpo de 9pts com entrelinha de 12pts, mudou-se a variação para *Bold* e alterou-se a cor para se destacar do texto.



► FIGURA 84
Alteração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

Os destaques que conferem uma função mais explicativa e de apoio, em *Corda*, foram alterados a nível de posicionamento. Estes, tal como os destaques ‘chave’, foram posicionados em quatro colunas, da grelha previamente estipulada, de modo a interromper a leitura nos momentos mais oportunos.



► FIGURA 85
Alteração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

No artigo *O Grupo de Caretos de Lazarim*, de acordo com a sugestão do designer, foram formuladas pequenas legendas que acompanhassem todas as fotografias, criando assim um novo nível de leitura. Para estas legendas foi utilizada a fonte *Corda Regular* com corpo de 7pts e entrelinha de 10pts.

Na página da ficha técnica foi ainda alterado o corpo do número da edição para 19pts, de modo a não se confundir com a paginação numérica do documento.

Por último, alterámos o nome do suplemento *Agenda Cultural* para *Agenda Moldura* devido à utilização exacerbada, excessiva e mesmo desmesurada da palavra ‘cultural’.

► FIGURA 86
Alteração,
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



4.4.2 Validação Clara Bertrand Cabral

A validação com a Dra. Clara Bertrand Cabral foi realizada entre os dias 25 de julho e 21 de agosto de 2013. A validação foi feita maioritariamente por telefone e por troca de emails, devido á indisponibilidade da especialista para marcar uma reunião presencial. Para facilitar a análise por parte da especialista foi enviada uma maquete inicial do projeto da revista *Moldura*.

Optámos pela Dra. Clara Cabral para validar o nosso projeto em consequência do seu trajeto profissional e envolvimento para com os assuntos relacionados com o património.

O seu percurso académico passa pela licenciatura em Antropologia no Instituto Superior de Ciências e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa, com especialização em Gestão do Património e Ação Cultural, recentemente é mestrand

em Ciências Antropológicas no mesmo instituto. O seu percurso profissional tem passado pelas áreas de investigação relacionadas com a etnografia, etnotecnologia, museologia e património.

Dra. Cabral foi jornalista, tradutora, docente, exerceu funções no IQF (Instituto para Qualidade na Formação) como dinamizadora de Rede de Centros de Recursos em Conhecimento e foi coordenadora de projetos de intervenção comunitária EQUAL.

Desde 2005, Dra. Clara Cabral, tem adotado cargos relacionados com a cultura e a sua preservação; Foi responsável pela gestão do website da Comissão Nacional da UNESCO (www.unesco.pt); Tem participado em reuniões internacionais na área da cultura (como por ex.: representante da Comissão Nacional da UNESCO, no Seminário Internacional *The National Commissions for Unesco and the World Heritage*, Lugano, Suíça, 16-17 março 2007) e até os dias de hoje é responsável pelo setor da Cultura e pelas atividades da Comissão Nacional da UNESCO na área da cultura, com especial relevo para: Acompanhamento das atividades relacionadas com a implementação das Convenções da UNESCO em que Portugal é Estado Parte; Acompanhamento do Programa Património Mundial da UNESCO: análise preliminar de candidaturas, divulgação de atividades, participação em reuniões e eventos; Acompanhamento das atividades relacionadas com bens incluídos na Lista Indicativa de Portugal; Atividades de carácter geral na área do Património Mundial, Património Cultural Imaterial, Diversidade Cultural, Diálogo intercultural, Restituição de bens culturais, etc.; e realização de trabalho de investigação sobre a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial.

No decorrer da validação e apreciação do projeto, o candidato começou por explicar o conceito em que se insere o projeto editorial, bem como os seus objetivos, a que público se destina, a sua periodicidade e a razão de escolha dos seus conteúdos.

Depois de enviada a maquete para a apreciação por parte da especialista, esta manifestou-se primeiramente dizendo que o projeto lhe parecia muito interessante e bem concebido. Passado algum tempo do envio da maquete Dra. Clara Cabral enviou, por email, uma apreciação por escrito do projeto editorial.⁷⁸

⁷⁸ Consultar o anexo E.

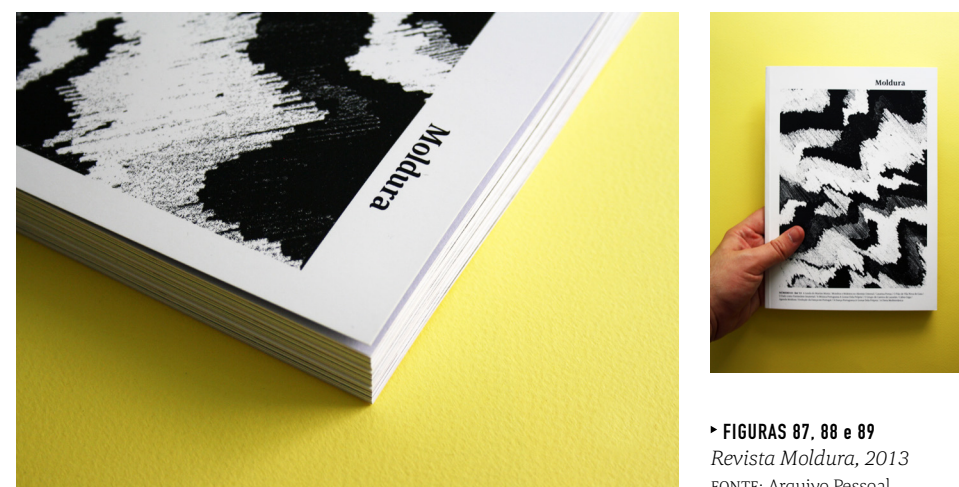
Na apreciação por escrito, Dr.^a Clara Bertrand Cabral começou por afirmar que a criação de uma revista desta índole, que salvaguarda, divulga e cativa os leitores é uma ação digna pois desde que *A Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial* foi aceite pela UNESCO em 2003 e corroborada por Portugal em 2008, não tinha sido criado nenhum tipo de publicação com objetivo de divulgar e salvaguardar o património imaterial português.

O conceito, projeto e objetivo da revista *Moldura* é apontado como uma proposta inovadora. A sua riqueza temática, de conteúdos atuais, é também elogiada pois se enquadra nos assuntos defendidos pela UNESCO, como o Fado e a Dieta Mediterrânica. As entrevistas são, para a Dra. Clara, uma mais valia pois permitem conhecer personalidades praticantes do património cultural imaterial. A Agenda é apontada como uma ótima oportunidade de envolver o leitor em atividades ligadas á cultura. Dra. Clara Cabral reforçou também a importância dos artigos ligados á dança pois estes se encontram no âmbito da *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, adotada pela UNESCO em 2005 e ratificada por Portugal em 2007.

Para finalizar, Dra. Clara afirma que tanto o conceito como a proposta de publicação (revista) são extremamente válidos e positivos.

A validação e apreciação por parte da especialista, Dra. Clara Bertrand Cabral, foi enriquecedora uma vez que nos ajudou e a perceber a extrema importância, valor e urgência nas ações de salvaguarda de património cultural, neste caso imaterial português. Neste contexto, o projeto editorial — *Moldura* — encaixa-se perfeitamente nos parâmetros por nós estabelecidos como revista de cultura imaterial portuguesa.

4.5 Revista Moldura



► FIGURAS 87, 88 e 89
Revista *Moldura*, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal

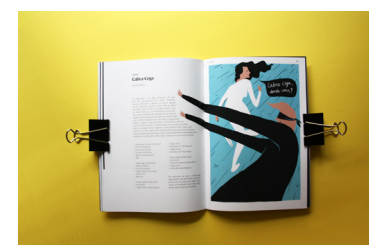
► FIGURAS 90, 91, 92 e 93
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



► FIGURAS 94, 95, 96 e 97
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



► FIGURAS 98, 99 e 100
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



► FIGURAS 101, 102, 103, 104 e 105
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



▲ FIGURAS 106, 107, 108 e 109
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



▲ FIGURAS 110, 111 e 112
Revista Moldura, 2013
FONTE: Arquivo Pessoal



4.6 Referências Bibliográficas

Acrobat 2013, *Din schriften std engschrift*, acedido 09 set 2013,<<http://store1.adobe.com/cfusion/store/html/index.cfm?store=OLS-US&event=displayFont&code=DINQ10005010>>.

Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, *Graphic design: now in production*, Walker Art Center, Minneapolis.

Bringhurst, R 2005[1995], *Elementos do estilo tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo.

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002d, Círculo de Leitores, Lisboa, **6**.

Fisher, S 2011, “(No) end of print”, *Eye Magazine*, **85**, 23 Ago 2013, <<http://www.eyemagazine.com/blog/post/no-end-of-print>>.

Foges, C 2000, *Design de revista*, Destart, Lisboa.

Gordon, J 2011, “The end of the book?”, *The American*, 23 Ago 2013, <<http://www.american.com/archive/2011/may/the-end-of-the-book>>.

Haslam, A 2006, *Book design*, Laurence King Publishing, London.

Hochuli, J & Kinross, R 2003, *Designing books – practice and theory*, 2ª ed., Hyphen Press, London.

Hoftype 2013, *Corda*, acedido 09 set 2013, <<http://www.hoftype.com/corda>>.

Klanten, R et al. 2010, *Turning pages: editorial design for print media*, Gestaltem, Berlim.

Lupton, E 2006[2004], *Pensar com tipos*, Cosac Naify, São Paulo.

McLean, R 1980, *The thames and hudson manual of typography*, Thames and Hudson, London.

Moser, H 2011, *The art director’s handbook of professional magazine design: classic techniques and inspirational approaches*, 3ª ed., Thames & Hudson Ltd., London.

Müller-Brockmann, J 1982[1981], *Sistemas de grelhas: un manual para desenhistas gráficos*, Editorial Gustavo Gili, S. A., Barcelona.

Myfonts 2013, *Din 1451*, acedido 09 set 2013, <<http://www.myfonts.com/fonts/linotype/din-1451/>>.

Vilela, A 1978, *Cartilha das artes gráficas*, Editora Pax, Braga.

Zappaterra, Y 2008[2007], *Diseño editorial: periódicos y revistas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

5 Conclusão

- 5.1 Conclusões e Considerações Finais
- 5.2 Recomendações para prosseguimento da investigação

5 Conclusão

5.1 Conclusões e Considerações Finais

A realização desta dissertação aprofundou os conhecimentos e a relação entre duas áreas disciplinares: o design editorial e a cultura imaterial. O processo de investigação conduziu à realização de um projeto editorial de revista, a *Moldura*, revista de cultura imaterial portuguesa.

Depois da definição dos objetivos e das questões de investigação, foi-nos possível delinear e definir quais as áreas de estudo pertinentes para enquadramento, bem como a melhor metodologia a adotar, neste projeto de investigação. Isto permitiu-nos estabelecer prazos e metas para a conclusão do trabalho.

Todas as áreas de estudo abordadas nesta investigação contribuíram para compreender a importância e a pertinência desta temática, dando-nos ‘pistas’ para a solução, respondendo à questão inicial: *Como pode o design de comunicação ajudar a divulgar e a preservar a cultura imaterial portuguesa?*

Esta questão foi o ponto de partida para todo o projeto de investigação, ao longo do qual procurámos confirmar o argumento formulado, que se constituiu como hipótese: *O design de comunicação pode ajudar a divulgar e a preservar a cultura imaterial portuguesa através da criação de um projeto editorial.*

No desenvolvimento desta investigação objetivou-se a criação de um produto de design gráfico — revista — sobre a cultura imaterial portuguesa e também demonstrou-se a relevância do design na comunicação e valorização da cultura imaterial. Para chegar a esses objetivos foram aprofundados os temas de design editorial e do património imaterial.

Procurámos conhecer e analisar algumas revistas culturais em Portugal, que marcaram épocas e defenderam diferentes doutrinas e pensamentos. Este estudo de casos de diversas revistas culturais portuguesas foi um contributo importante para fazer o enquadramento da nossa revista como uma revista de cultura imaterial portuguesa.

O papel do designer nas publicações periódicas foi equacionado, concluindo-se que este tem de assumir uma estratégia apropriada, de modo a dar a expressividade necessária para atrair os leitores. Essa estratégia passa pelo domínio de diferentes elementos, como a tipografia, a linha, a forma, a cor, entre outros, que ajudam o designer a contar a história da publicação atribuindo-lhe um conceito.

Em relação às diferentes hierarquias e cargos numa publicação, difíceis de definir pois podem variar de revista para revista, verifica-se que o papel do designer como produtor pode ser tão importante quanto o de um autor. Neste sentido, o designer deve-se aproveitar de todos os avanços tecnológicos para inovar e não para se tornar ‘escravo’ da sua tecnologia.

A revista é um importante meio de comunicação desde o seu aparecimento até aos nossos dias. Apesar do receio do seu desaparecimento com a chegada da Internet, as revistas reconfiguraram-se como elo de ligação emocional, face aos seus leitores e às suas diferentes funções.

A realização de um questionário exploratório foi uma mais valia para a realização do projeto. Permitiu-nos compreender qual o público alvo mais interessado nesta problemática da cultura e património imaterial português, quais os conteúdos temáticos mais interessantes, qual o conhecimento do público sobre esta matéria e qual o grau de importância na sua divulgação a nível editorial.

A investigação ativa, depois da contextualização teórica, da visualização de vários tipos de publicações, através do método de estudo de casos, e depois do questionário exploratório revelou-se como um eficaz instrumento de trabalho a nível metodológico para redesenhar um caminho para a elaboração do projeto prático da revista.

Com todos estes dados foi-nos possível definir o enquadramento, o conceito, e a identidade da nossa revista, designada *Moldura*, revista de cultura imaterial portuguesa, cujo conceito se baseia no ato de preservar, promover, valorizar e divulgar a cultura imaterial portuguesa, objetivando atingir um estatuto de coleção ao formar uma base de dados nacional de cultura imaterial portuguesa.

No decorrer da investigação tornou-se num grande desafio desempenhar o papel de diretor de arte, editor, designer e ilustrador. Tal desempenho foi cumprido com alguma ansiedade, dedicação e profissionalismo.

A revista abrange duas vertentes temáticas: uma generalista (vários temas dentro da cultura imaterial) e uma temática. Este primeiro número da revista *Moldura* é um número de carácter generalista, estruturado com base em oito temas: *Saberes (Modos de Fazer)*, *Lendas & Contos*, *Música*, *Dança*, *Festas & Romarias*, *Entrevista e Agenda*.

Face a um conjunto de possibilidades e considerando a sustentabilidade deste projeto editorial, revelou-se mais adequado a edição trimestral, com quatro números por ano, devido à imensidade de trabalho de recolha e seleção de informação.

Relativamente à conceção do projeto gráfico começámos por esboçar diferentes possibilidades para capas, layouts de páginas, diferentes estruturas, cores e ilustrações. Foi então altura de estruturar a revista através de uma folha de conteúdos, habitualmente usada por revistas para ajudar na visualização da posição de cada artigo. A ordem dos artigos foi posicionada de maneira a tornar a publicação interessante, apelativa e ritmada para o leitor. Os elementos de navegação e a tipografia a utilizar foram aspetos de grande preocupação para a equipa editorial, tanto na capa como na contracapa.

A validação do projeto com o designer Jorge Silva e com a Dr.^a Clara Bertrand Cabral, técnica do setor cultural UNESCO, foi uma mais valia para toda a investigação e confirmação da hipótese. A validação permitiu-nos enriquecer e, evoluir graficamente no projeto editorial e ao mesmo tempo compreender a pertinência/importância da preservação e divulgação da cultura imaterial portuguesa.

Na realização projetual da revista achámos por bem desenhar duas capas, uma de edição normalizada e outra que ilustrasse o lançamento de uma edição especial. Esta experiência revelou-se um pouco dispendiosa mas viável, uma vez que para celebrar um número especial é necessário inovar e surpreender o leitor.

O projeto da revista *Moldura*, concebido no contexto deste processo de investigação no âmbito de mestrado de design de comunicação tem as condições necessárias para a sua implementação como revista de cultura imaterial portuguesa, de modo a dar a conhecer a todo o país a sua própria riqueza cultural imaterial.

Todo o trabalho de investigação, as áreas de estudo, os questionários, os estudos de caso e o projeto editorial realizado tem também o intuito de ajudar e motivar futuros investigadores ou profissionais interessadas nos assuntos aqui tratados.

Podemos então concluir que o design de comunicação tem um papel importante na preservação e divulgação da cultura imaterial.

O design de comunicação pode e deve contribuir para a valorização da cultura imaterial portuguesa através da criação de um projeto editorial.

Moldura, Revista de Cultura Imaterial Portuguesa revela-se como um produto de design capaz de intervir no meio cultural, promovendo a memória histórica e a criação contemporânea de expressão imaterial.

5.2 Recomendações para o prosseguimento da Investigação

Para futuras investigações, relacionadas com as grandes áreas do design de comunicação e do património cultural imaterial, considerámos alguns aspetos que poderão ser úteis no seu desenvolvimento projetual.

Para a criação e sucesso de um projeto editorial relacionado com a cultura imaterial, é necessário existir uma vasta equipa multidisciplinar (de jornalistas, escritores, fotógrafos, designers, ilustradores, entre outros), capaz de reunir, selecionar, tratar e valorizar todo o material temático.

A permanente atualização e o tratamento de conteúdos necessitam de tempo e cuidado, pelo que a constituição da equipa e o trabalho em rede são essenciais.

Apesar de ser uma revista portuguesa é importante a relação com o setor editorial e cultural a nível internacional.

6 Elementos Pós-Textuais

6.1 Referências Bibliográficas

6.2 Bibliografia

6.3 Glossário

6.1 Referências Bibliográficas

Acrobat 2013, *Din schriften std engschrift*, acessado 09 set 2013, <<http://store1.adobe.com/cfusion/store/html/index.cfm?store=OLS-US&event=displayFont&code=DINQ10005010>>.

Almanaque Silva 2013, *ABC*, acessado 08 jun 2013, <<http://almanaquesilva.wordpress.com/?s=ABC>>.

Bernard, M 2005, *Graphic design as communication*, Routledge, London.

Bibliothèque nationale de France s.d., *Gazette (Paris 1631)*, acessado 09 jun 2013, < <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k106358h/f1.image.r=.langen>>.

Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, *Graphic Design: now in production*, Walker Art Center, Minneapolis.

Bringhurst, R 2005[1995], *Elementos do estilo tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo.

Cabral, C 2011, *Património cultural imaterial, Convenção da UNESCO e seus contextos*, Edições 70, Lisboa.

Correia, R 2007, *Contemporânea [1915-1926]*, acessado 03 jan 2012, <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/Contemporanea.pdf>>.

Correio da Manhã 2013, *Publicação da revista egoísta suspensa*, acessado 20 jun 2013, <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/publicacao-da-revista-egoista-suspensa>>.

Costa, P s.d., “Museus, máscaras e património imaterial”, Rede Portuguesa de Museus.

CRIA 2012, *Centro em rede de investigação em antropologia*, acessado 10 jun 2013, <<http://cria.org.pt/site/>>.

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002d, Círculo de Leitores, Lisboa, **6**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992a, Editorial Verbo, Lisboa, **1**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992b, Editorial Verbo, Lisboa, **14**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992c, Editorial Verbo, Lisboa, **15**.

Faria, M & Pericão, M 2008, *Dicionário do livro: da escrita ao livro electrónico*, Almedina, Coimbra.

Fisher, S 2011, “(No) end of print”, *Eye Magazine*, **85**, 23 Ago 2013, <<http://www.eyemagazine.com/blog/post/no-end-of-print>>.

Fiske, J 1993[1990], *Introdução ao estudo da comunicação*, Edições Asa, Porto.

Foges, C 2000, *Design de revista*, Destart, Lisboa.

Gordon, J 2011, “The end of the book?”, *The American*, 23 Ago 2013, <<http://www.american.com/archive/2011/may/the-end-of-the-book>>.

Hafstein, V 2007, “Recognizing Intangible Cultural Heritage”, in *Regional Seminar. Principles and Experiences of Drawing up ICH Inventories in Europe*, Talin, Estónia, 14-15 maio 2007, acedido 03 fev 2012, <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00195-EN.pdf>>.

Haslam, A 2006, *Book design*, Laurence King Publishing, London.

Heller, S & Fernandes, T 2010, *Becoming a graphic designer: a guide to careers in design*, 3ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Hemeroteca Digital s.d., *Contemporânea*, acedido 09 jun 2013, <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/CONTEMPORANEA/ContemporaneaPDF.htm>>.

Hochuli, J & Kinross, R 2003, *Designing books – practice and theory*, 2ª ed., Hyphen Press, London.

Hoftype 2013, *Corda*, acedido 09 set 2013, <<http://www.hoftype.com/corda>>.

Hollis, R 2001, *Design gráfico: uma história concisa*, Livraria Martins

Fontes Editora Lda., São Paulo.

IMC 2013, *Instituto dos museus e da conservação, direcção-geral do património cultural: revista museologia.pt on-line*, acedido 10 jun 2013, <http://www.imc-ip.pt/ptPT/recursos/publicacoes/edicoes_online/museologia_pt/ContentDetail.aspx>.

International Journal of Intangible Heritage 2006, *About IJIH*, acedido 10 de Jun 2013, <<http://www.ijih.org/htmlPageMgr.ijih?cmd=about&manuType=01>>.

Jennings, S 1987, *The new guide to professional illustration and design*, Headline House, London.

Klanten, R et al. 2010, *Turning pages: editorial design for print media*, Gestaltem, Berlim.

Lupton, E 2006[2004], *Pensar com tipos*, Cosac Naify, São Paulo.

McLean, R 1980, *The thames and hudson manual of typography*, Thames and Hudson, London.

Meggs, P & Purvis, A 2012, *Meggs’ history of graphic design*, 5ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Mello, F & Gomes, M 1974, *Nova recolha de provérbios e outros lugares comuns portugueses*, Edições Afrodite, Lisboa.

Miguel, T 2013, *Patrícia Reis: a egoísta era uma revista de culto*, Sol, acedido 20 jun 2013, <http://sol.sapo.pt/inicio/Cultura/Interior.aspx?content_id=67712>.

Moser, H 2011, *The art director’s handbook of professional magazine design: classic techniques and inspirational approaches*, 3ª ed., Thames & Hudson Ltd., London.

Müller-Brockmann, J 1982[1981], *Sistemas de grelhas: un manual para diseñistas gráficos*, Editorial Gustavo Gili, S. A., Barcelona.

Munari, B 2009, *Design e comunicação visual*, 6ª ed., Edições 70, LDA., Lisboa.

Myfonts 2013, *Din 1451*, acedido 09 set 2013, <<http://www.myfonts.com/fonts/linotype/din-1451/>>.

O Fluxo 2013, *Revista ABC*, acedido 08 jun 2013, <<http://www.ofluxo.net/revista-abc/>>.

Ribas, T 1982, *Danças populares portuguesas*, Ministério da Educação Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Lisboa.

Ribeiro, P 2006, *Design do livro em Portugal (1950-1985)*, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

Rocha, C 1985, *Revistas literárias do séc. XX em Portugal*, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, Vila da Maia.

Rocha, S & Nogueira, M, 1995, *Design gráfico: panorâmica das artes gráficas II*, Plátano edições técnicas, Lisboa.

SCIELO Portugal 2013, *Etnográfica*, acedido 10 Jun 2013, <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_serial&pid=0873-6561&lng=en>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2010a, *Almanaque agosto 1960*, acedido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=125919270763356&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322754.&type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-b-lhr.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-prn1%2F31760_125919270763356_388456_n.jpg&size=720%2C645>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2010b, *Almanaque outubro 1960*, acedido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=123376844350932&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322755.&type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-b-lhr.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-ash3%2F30010_123376844350932_5556608_n.jpg&size=720%2C658>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2012, *Almanaque fevereiro 1960*, acedido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=479632478725365&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322745.&type=3&src=https%3A%2F%2Ffbcdn-sphotos-a-a.akamaihd.net%2Fhphotos-ak-ash3%2F178136_479632478725365_670050798_o.jpg&smallsrc=http%3A%2F%2Fscontent-a-lhr.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-prn1%2F554224_479632478725365_670050798_n.jpg&size=999%2C904>.

UNESCO 2006[2003], “Convenção para a salvaguarda do património imaterial”, 17 de outubro, Paris.

UNESCO s.d., *What is intangible cultural heritage?*, acedido 31 mai 2013, <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-EN.pdf>>.

Vilela, A 1978, *Cartilha das artes gráficas*, Editora Pax, Braga.

Zappaterra, Y 2008[2007], *Diseño editorial: periódicos y revistas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

6.2 Bibliografia

AA. VV., *Bernardo Marques, 1898-1998: obra gráfica*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

AA.VV. 1989, *Falando do ofício*, catálogo da exposição *Ver Artes Gráficas*, Soctip Editora, Lisboa.

AA.VV. 1995, *Sebastião Rodrigues: designer*, catálogo de Exposição, Comissário Brandão, J, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Acrobat 2013, *Din schriften std engschrift*, acedido 09 set 2013,<<http://store1.adobe.com/cfusion/store/html/index.cfm?store=OLS-US&event=displayFont&code=DINQ10005010>>.

Almanaque Silva 2013, *ABC*, acedido 08 jun 2013, <<http://almanaguesilva.wordpress.com/?s=ABC>>.

Aynsley, J 2004, *Pioneers of modern graphic design: a complete history*, Mitchell Beazley, London.

Bernard, M 2005, *Graphic design as communication*, Routledge, London.

Bibliothèque nationale de France s.d., *Gazette (Paris 1631)*, acedido 09 jun 2013, < <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k106358h/f1.image.r=.langen>>.

Blauvelt, A & Lupton, E, eds. 2011, *Graphic Design: now in production*, Walker Art Center, Minneapolis.

Bringhurst, R 2005[1995], *Elementos do estilo tipográfico*, Cosac Naify, São Paulo.

Cabral, C 2009, *Património cultural imaterial: proposta de uma metodologia de inventariação*, Dissertação de Mestrado, UTL Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa.

Cabral, C 2011, *Património cultural imaterial, Convenção da UNESCO e seus contextos*, Edições 70, Lisboa.

Cameira, C s.d., *Contributo para a avaliação das publicações científicas: impressão em papel versus em suporte digital*, Dissertação de Mestrado, Faculdade de Arquitectura, Lisboa.

Carvalho, AS 1928, *Mezinhas e remédios de segredo*, oficina da soc. nac. de tipografia, Lisboa.

Correia, R 2007, *Contemporânea [1915-1926]*, acedido 03 jan 2012, <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/FichasHistoricas/Contemporanea.pdf>>.

Correio da Manhã 2013, *Publicação da revista egoísta suspensa*, acedido 20 jun 2013, <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/publicacao-da-revista-egoista-suspensa>>.

Costa, P s.d., “Museus, máscaras e património imaterial”, Rede Portuguesa de Museus.

CRIA 2012, *Centro em rede de investigação em antropologia*, acedido 10 jun 2013, <<http://cria.org.pt/site/>>.

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002a, Círculo de Leitores, Lisboa, **2**.

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002b, Círculo de Leitores, Lisboa, **3**.

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002c, Círculo de Leitores, Lisboa, **5**.

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa 2002d, Círculo de Leitores, Lisboa, **6**.

Dormer, P 1995, *Os significados do design moderno: a caminho do século XXI*, Centro Português de Design, Lisboa.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992a, Editorial Verbo, Lisboa, **1**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992b, Editorial Verbo, Lisboa, **14**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992c, Editorial Verbo, Lisboa, **15**.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura 1992c, Editorial Verbo, Lisboa, **16**.

Erlhoff, M & Marshall, T (eds.) 2008, *Design dictionary*, Birkhäuser, cop, Berlin.

Eskilson, S 2007, *Graphic design a new history*, Laurence King Publishing, London.

Experimenta Design & Bruinsma, M 2005, *Catalysts!: uma revista sobre a força cultural do design de comunicação*.

Faria, M & Pericão, M 2008, *Dicionário do livro: da escrita ao livro electrónico*, Almedina, Coimbra.

Ferreira, CAD 1945, *Aqui e além: revista de divulgação cultural*, **1**.

Fiell, C & Fiell, P 2003, *Graphic design for the 21st century*, Taschen, Köln.

Fisher, S 2011, “(No) end of print”, *Eye Magazine*, **85**, 23 Ago 2013, <<http://www.eyemagazine.com/blog/post/no-end-of-print>>.

Fiske, J 1993[1990], *Introdução ao estudo da comunicação*, Edições Asa, Porto.

Foges, C 2000, *Design de revista*, Destart, Lisboa.

França, J 2004, *História da arte em Portugal: o modernismo*, Editorial Presença, Lisboa.

Gordon, J 2011, “The end of the book?”, *The American*, 23 Ago 2013, <<http://www.american.com/archive/2011/may/the-end-of-the-book>>.

Hafstein, V 2007, “Recognizing Intangible Cultural Heritage”, in *Regional Seminar. Principles and Experiences of Drawing up ICH Inventories in Europe*, Talin, Estónia, 14-15 maio 2007, acedido 03 fev 2012, <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00195-EN.pdf>>.

Haslam, A 2006, *Book design*, Laurence King Publishing, London.

Heller, S & Fernandes, T 2010, *Becoming a graphic designer: a guide to careers in design*, 3ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Hemeroteca Digital s.d., *Contemporânea*, acessido 09 jun 2013, <<http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/CONTEMPORANEA/ContemporaneaPDF.htm>>.

Henriques, A 2011, *Fred Kradolfer : 19031968: designer gráfico influenciador e influenciado em Portugal*, Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação, Faculdade de Arquitectura, Lisboa.

Hochuli, J & Kinross, R 2003, *Designing books – practice and theory*, 2ª ed., Hyphen Press, London.

HofType 2013, *Corda*, acessido 09 set 2013, <<http://www.hofType.com/corda>>.

Hollis, R 2001, *Design gráfico: uma história concisa*, Livraria Martins Fontes Editora Lda., São Paulo.

IMC 2013, *Instituto dos museus e da conservação, direcção-geral do património cultural: revista museologia.pt on-line*, acessido 10 jun 2013, <http://www.imc-ip.pt/ptPT/recursos/publicacoes/edicoes_online/museologia_pt/ContentDetail.aspx>.

International Journal of Intangible Heritage 2006, *About IJIH*, acessido 10 de Jun 2013, <<http://www.ijih.org/htmlPageMgr.ijih?cmd=about&manuType=01>>.

IPM (s.d.), Património imaterial, acessido 29 jan 2011, <http://www.ipmuseus.pt/ptPT/patrimonio_imaterial/ContentDetail.aspx>.

Jennings, S 1987, *The new guide to professional illustration and design*, Headline House, London.

Klanten, R et al. 2010, *Turning pages: editorial design for print media*, Gestaltem, Berlin.

Le grand Siécle, acessido 27 jan 2011, <<http://www.mrugala.net/Histoire/Grand%20Siecle/Grand%20Siecle%20en%20France/Le%20Grand%20Siecle.htm>>.

Lieslie, J 2003, *Nuevo diseño de revistas 2*, GG, México.

Lopes, A 1928, *Lisboa: sociedade nacional de tipografia*, Cinéfilo, ed. Lit.

Lupton, E 2006[2004], *Pensar com tipos*, Cosac Naify, São Paulo.

Mascarenhas, J 1715, *A Gazeta de Lisboa*, **1**.

Matos, M 2001, *Revista portuguesa de história do livro*, edições Távola Redonda.

McLean, R 1980, *The thames and hudson manual of typography*, Thames and Hudson, London.

Meggs, P & Purvis, A 2012, *Meggs' history of graphic design*, 5ª ed., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Mello, F & Gomes, M 1974, *Nova recolha de provérbios e outros lugares comuns portugueses*, Edições Afrodite, Lisboa.

Miguel, T 2013, *Patrícia Reis: a egoísta era uma revista de culto*, Sol, acessido 20 jun 2013, <http://sol.sapo.pt/inicio/Cultura/Interior.aspx?content_id=67712>.

Moser, H 2011, *The art director's handbook of professional magazine design: classic techniques and inspirational approaches*, 3ª ed., Thames & Hudson Ltd., London.

Müller-Brockmann, J 1982[1981], *Sistemas de grelhas: un manual para diseñistas gráficos*, Editorial Gustavo Gili, S. A., Barcelona.

Munari, B 2009, *Design e comunicação visual*, 6ª ed., Edições 70, LDA., Lisboa.

Myfonts 2013, *Din 1451*, acessido 09 set 2013, <<http://www.myfonts.com/fonts/linotype/din-1451/>>.

O Fluxo 2013, *Revista ABC*, acessido 08 jun 2013, <<http://www.ofluxo.net/revista-abc/>>.

Pacheko, J 1915, *Contemporanea*, **1**.

Pinheiro, R & M, *A Paródia*, 1900, **1**.

Pollard, M & Gutenberg, J 1992, *A história da invenção da imprensa que conduziu à explosão do conhecimento*, Editora Replicação, Lisboa.

Portugal, AR, *Forma revista de cultura visual*, Dissertação de Mestrado, IADE, Lisboa.

Rafael, G & Santos, M 2001, *Jornais e revistas portuguesas do século XIX*, 2ª ed., Biblioteca Nacional, Lisboa.

Rand, P 1985, *A designer’s art*, Yale University Press, New Haven, Londres.

Rand, P 2008, *Conversations with students*, Princeton Architectural Press, New York.

Revista Cinéfilo, *Cinéfilo*, acessido 22 nov 2010, <<http://revistacinefilo.blogspot.com/>>.

Ribas, T 1982, *Danças populares portuguesas*, Ministério da Educação Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Lisboa.

Ribeiro, P 2006, *Design do livro em Portugal (1950-1985)*, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

Rocha, C 1985, *Revistas literárias do séc. XX em Portugal*, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, Vila da Maia.

Rocha, S & Nogueira, M, 1995, *Design gráfico: panorâmica das artes gráficas II*, Plátano edições técnicas, Lisboa.

Rodrigues, P s.d., *Técnicas de apresentação de projectos gráficos, período précomputador 1960—1955*, Dissertação de Mestrado, Faculdade de Arquitectura, Lisboa.

Saraiva, A 1982, *A cultura em Portugal: teoria e história*, Bertrand, Lisboa.

SCIELO Portugal 2013, *Etnográfica*, acessido 10 Jun 2013, <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_serial&pid=0873-6561&lng=en>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2010a, *Almanaque agosto 1960*, acessido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=125919270763356&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322754.&type=3&src=https%3A%2F%2Fcontent-b-lhr.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-prn1%2F31760_125919270763356_388456_n.jpg&size=720%2C645>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2010b, *Almanaque outubro 1960*, acessido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=123376844350932&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322755.&type=3&src=https%3A%2F%2Fcontent-b-lhr.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-ash3%2F30010_123376844350932_5556608_n.jpg&size=720%2C658>.

Sebastião Rodrigues, Designer 2012, *Almanaque fevereiro 1960*, acessido 09 jun 2013, <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=479632478725365&set=pb.122334601121823.-2207520000.1380322745.&type=3&src=https%3A%2F%2Ffbcdn-sphotos-a-a.akamaihd.net%2Fhphotos-ak-ash3%2F178136_479632478725365_670050798_o.jpg&smallsrc=https%3A%2F%2Fcontent-a-lhr.xx.fbcdn.net%2Fhphotos-prn1%2F554224_479632478725365_670050798_n.jpg&size=999%2C904>.

Souto, M(coord.) 2000, “100 anos de design português”, *O Tempo do Design: Anuário 2000*, Centro Português de Design, Lisboa.

Twemlow, A 2007, *Para que serve o design gráfico?*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

UNESCO 2006[2003], “Convenção para a salvaguarda do património imaterial”, 17 de outubro, Paris.

UNESCO s.d., *What is intangible cultural heritage?*, acessido 31 mai 2013, <<http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-EN.pdf>>.

Vilela, A 1978, *Cartilha das artes gráficas*, Editora Pax, Braga.

Zappaterra, Y 2008[2007], *Diseño editorial: periódicos y revistas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

6.3 Glossário

Para alguns conceitos e expressões específicas remetemos para a definição de determinados autores identificados. Nos restantes casos, utilizámos a definição corrente associada á generalidade dos autores.

baseline grid, é a linha de base da tipografia, esta pode ajudar a alinhar as linhas base do texto umas em relação às outras. A *baseline grid* é essencial para alinhar o texto aquando de várias colunas de texto na mesma página.

comics, banda desenhada.

cultura imaterial, conhecimento que não é ensinado por meio de livros, registos e ensinamentos, mas sim por práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões, que vão passando de geração para geração (Cabral, C 2011).

design editorial, especialidade do design gráfico que combina o detalhe técnico da tipografia , layout e imagem.

design gráfico, disciplina que visa as atividades relacionadas com a produção de artefactos, com a preocupação de uma harmonia de um conjunto de técnicas e concepções estéticas aplicadas à representação visual de uma ideia ou mensagem. Criação de logótipos, ícones, sistemas de identidade visual, vinhetas para televisão, projeto gráfico de publicações impressas, entre outros (Faria, M & Pericão, M 2008).

ebook, do inglês *electronic book*, livro electrónico em português, é uma versão digital de um livro, artigo ou outro documento. É um termo é usado para descrever um texto ou monografia sob forma electrónica (Faria, M & Pericão, M 2008).

edição, conjunto de exemplares que se fazem de uma obra.

editor, responsável pela organização e preparação devida de todo o material editorial presente numa publicação. No contexto internacional, nomeadamente no sistema editorial

anglo-saxónico, a atividade do editor está distribuída em diversas tarefas como *assistent editor* (assistente de edição), *deputy editor* (coordenador editorial), *features editor* (editor de conteúdos), *contributing-editor* (responsável por conteúdos), *editor-at-large* (jornalista que contribui para o conteúdo editorial, ou revisor), entre muitos outros (Foges, C 2000).

full-time, a tempo inteiro.

hardware, é um anglicismo usado para designar a parte material do computador (memória e periféricos), esta representa a parte física da máquina, abrangendo os dispositivos eletrónicos e mecânicos utilizados na exploração de um sistema informático (Faria, M & Pericão, M 2008).

hobbies, passatempos, atividades favoritas que servem de entretenimento às ocupações habituais.

layout, esboço onde é apresentada toda a distribuição dos elementos gráficos que fazem parte do trabalho, desde os tamanhos e pesos das letras e sua posição e enquadramento, às imagens e seus tamanhos e posicionamentos (Faria, M & Pericão, M 2008).

lorem ipsum, texto fictício, em latim, que serve para preencher o espaço e verificar a formatação (*layout*, tipografia) antes de usar o texto real. O *lorem ipsum* é muito utilizado em jornais e revistas.

património imaterial, conjunto de criações provenientes de uma cultura que tencionam definir uma identidade cultural e social de uma comunidade. Tais criações são transmitidas oralmente, por imitação e divulgação. Entende-se então , a língua, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes, e outras artes como património imaterial (Cabral, C 2011).

photostats, em português ‘cópia fotostática’, ou ‘fotostato’, é o processo de reprodução que elabora cópias com a mesma polaridade que a original (Faria, M & Pericão, M 2008).

publicação, é uma obra impressa de carácter literário, científico ou artístico, publicada para divulgação e venda. Exemplos de publicações são os livros, folhetos, revistas, jornais, entre outros (Faria, M & Pericão, M 2008).

revista, publicação periódica, de frequência não diária, destinada a grande público ou a um público específico, que reúne, em geral, assuntos do foro jornalístico, desportivo, económico, cultural, moda, beleza, decoração, entre outros. [de acordo com o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, 2002] A revista, editada ou não em cadernos, tem como objectivo seleccionar, resumir, comentar e desenvolver factos e informações acuais ou históricos considerados de interesse para a sua área específica. O que a distingue das outras publicações periódicas como os boletins, semanários, etc. é a sua apresentação, onde usufrui geralmente de menor tamanho que os periódicos e o seu aspecto gráfico é de melhor qualidade que o dos boletins, dispondo geralmente de um maior número de folhas, com capas de papel ilustrado, impressão a cores, entre outras especificações (Faria, M & Pericão, M 2008).

saberes, conjunto do conhecimento adquirido.

software, é um neologismo utilizado para designar equipamento electrónico, conjunto de programas, processos e regras e, eventualmente, da documentação relativos ao funcionamento de um conjunto de tratamento de dados. Suporte lógico (Faria, M & Pericão, M 2008).

spread, designação para duas páginas que se encontram lado a lado aquando de uma publicação.

target, designação para público alvo. É um grupo de consumidores alvo de um serviço, produto ou de uma ação de comunicação (Faria, M & Pericão, M 2008).

tight lead times, espaço de tempo entre edições — de um número para o número seguinte. Período em que todo o material editorial é montado (Foges, C 2000).

tradições, transmissão de práticas e valores entre gerações sem prova científica da sua veracidade.

web, termo originário da expressão inglesa *World Wide Web*, que significa rede a nível mundial. *Web* indica, assim, o sistema de acesso à informação na *Internet* (Faria, M & Pericão, M 2008).

7 Anexos

7.1	Ficha de Análise de Publicações Periódicas
7.2	Questionário Exploratório Revista de Cultura Imaterial Portuguesa
7.3	Validação Clara Bertrand Cabral

7.1 Ficha de Análise de Publicações Periódicas

7.1.1 Anexo A

Ficha de Análise Modelo


FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
	DATA
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
OBS.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
COR	COR
OBS.	OBS.

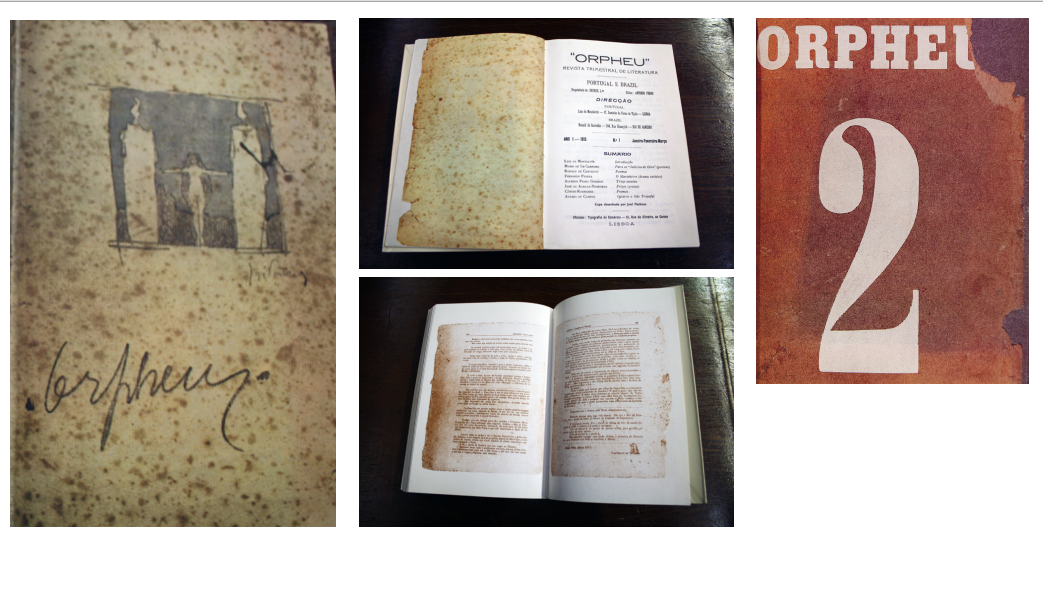
7.1.2 Anexo B

Fichas de Análise preenchidas

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO Contemporânea	
AUTORES Dirigida por José Pacheco. Esta revista teve como colaboradores artísticos : Almada Negreiros, Álvaro de Campos, Amadeu Sousa-Cardoso, Antero de Quental, António Botto, Aquilino Ribeiro, Artur Portela, Bernardo Marques, Columbano Bordalo Pinheiro, Dórdio Gomes, Eduardo Viana, Eugénio de Castro, Jorge Barradas, Maria Amália Vaz de Carvalho, Mário de Sá-Carneiro, Stuart Carvalhaes, Teófilo Braga, Virgílio Correia, entre muitos outros.	TEMA / ASSUNTO Revista de arte e literatura moderna
LOCAL EDIÇÃO Imprensa Libanio da Silva, Lisboa	DATA 1915
OBS. revista modernista surge em resposta ao escândalo provocado pelo modernismo gráfico e literário do primeiro número da revista Orpheu por parte de José Pacheco e muitos outros artistas, que visavam propor uma publicação que inspirasse a arte e a elegância na sociedade. Em 1915, a Guerra trouxe de volta artistas de Paris que queriam trazer o ambiente artístico francês para Portugal. Tal ideia, não foi muito bem sucedida pois o grupo de artistas não estava preparado para tanta ousadia como Jorge Pacheco pensara.	EDIÇÕES (1922-1926)
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT a capa apresenta quase sempre o nome da publicação e uma ilustração, nunca perdendo a sua elegância.	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT a revista é composta por inúmeras ilustrações, vinhetas e imagens (pinturas e desenhos). O texto é apresentado quase sempre em grandes blocos, mas é notável a sua preocupação com a estrutura, ritmo e elegância.
TIPOGRAFIA A tipografia utilizada para o seu título varia muito de edição para edição.	TIPOGRAFIA A tipografia utilizada para o seu interior varia muito conforme o conteúdo, quer seja em publicidade, quer no texto principal da publicação.
COR a cor das capas varia muito consoante a edição. São sempre cores vivas e muito atrativas.	COR no seu interior é usado maioritariamente o preto, com pequenos apontamentos de cor em texto, ilustrações e publicidade.
OBS. A nível gráfico é uma revista agradável ao olhar, com uma excelente composição gráfica.	OBS. São utilizados diferentes tipos de papel. A publicidade acabou por ter um grande peso nesta revista, cuidadosamente tratada a nível gráfico quase como se fosse uma obra de arte.

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO Orpheu	
AUTORES Luís de Montalvor, Sá-Carneiro, Ronald de Carvalho, Fernando Pessoa, Alfredo Guisado, Almada Negreiros, Cortes Rodrigues, Álvaro de Campos, José Pacheco, Ângelo Lima, (ed.) António Ferro, Santa-Rita Pintor, que ficaram conhecidos como geração d'Orpheu.	TEMA / ASSUNTO Revista Literária que iniciou o Movimento Modernista.
LOCAL EDIÇÃO Lisboa	DATA 1915-1917
OBS. Muitos foram os fatores importantes para a criação desta publicação. Os mais importantes são a desadaptação de Fernando Pessoa e Mário Sá Carneiro ao Saudosismo literário praticado por outras publicações da época como a Revista Águia e as novas tendências artística europeias (cubismo e futurismo).	EDIÇÕES 2 (/3)
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT A capa foi sempre elaborada com elementos simples, uma ilustração, e um número nos 2 numeros que saíram, com o titulo em segundo plano.	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT Não há grande cuidado no tratamento gráfico da revista, a não ser na parte ilustrativa, pelos colaboradores. Grandes blocos de texto.
TIPOGRAFIA O título apareceu 2 vezes com tipografias diferentes, uma escrita livre "à mão" e outra mais industrial.	TIPOGRAFIA Não há muita variedade de fontes, mantendo o essencial para títulos, indice, etc.
COR A primeira capa foi a cores a segunda a P/B	COR P/B
OBS. A Orpheu tornou-se numa publicação com um 'rosto próprio' mas com traços característicos de diferentes gerações.	OBS. N/A




FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
ABC	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
Mimon Anahory e Rocha Martins, ed. Fausto Vilar e Carlos Ferrão	Revista de assuntos variados e de moda
	DATA
	15 jun 1920
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
N/A	1920-1940
OBS.	
A revista manteve-se graças às diversas “viscissitudes”. Nela colaboraram Rocha Martins, João Grave, Luís Trigueiros, Gomes Leal, Manuel Ribeiro, Adolfo Coelho, Ferreira de Castro e Noberto de Araújo.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
As capas eram sempre compostas por uma ilustração/fotografia de página inteira e com o título bem destacado. Este normalmente se encontra centrado ao baixo.	O interior era repleto de ilustrações e fotografias acompanhados de arranjos gráficos muito interessantes que se foram perdendo ao longo do tempo. Texto composto por 2/3 colunas.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
A tipografia utilizada vai variando conforma a época. Título sempre bem destacado.	Existe algum cuidado na escolha da tipografia, esta parece adequar-se aos conteúdos da revista.
COR	COR
As capas são sempre a cores, contrastando com o interior.	O interior da revista é sempre a preto/ e ou 1 cor.
OBS.	OBS.
ABC apresenta-se como uma revista de ilustração cosmopolita e moderna, que durante os anos 20, marcou as bancas com capas criativas de ilustrações de carácter caricatural. Grande parte das ilustrações foi feita por Jorge Barradas, mas houve participação de outros ilustradores como Emérico Nunes, Stuart de Carvalhaes, entre outros.	Na revista é possível observar diferentes publicidades, mas sempre de acordo com o design da revista, parece ser feito exactamente para “aquela” revista em questão.


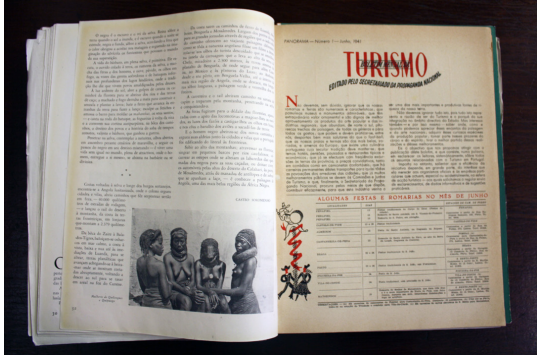


FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
Presença	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
Branquinho da Fonseca, J. Gaspar Simões e José Régio e A.Casais Monteiro, Secretariada por Alberto de Serpa	Revista de arte e crítica literária
	DATA
	10 mar 1927 (até 1940)
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
Coimbra	3 Séries
OBS.	
O seu nome é uma resposta contra os saudosistas e os tradicionalistas. Este significa aparição, aparência, manifestação e plenitude. Presença era considerada como a defesa de uma arte em relação direta com o humano. Autoconsiderava-se uma ‘Folha de Arte e Crítica’, revelando-se desde logo antiacadémica e antiliterata, dirigida por jovens ligados ao meio académico e que, no campo da literatura, buscavam apenas, um veículo apto a expressar as suas inquietações.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
A Capa apresenta sempre uma composição muito centralizada, com o título no centro, bem destacado, acompanhado de quase sempre ilustrações de artistas de renome, com informação do ano, edição e número.	O interior da publicação mostra grandes blocos de texto em duas colunas, mostrando por vezes diferentes layouts para diferentes temáticas (estes mais leves e ‘desafogados’).
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
Uso de duas fontes, para título e informações de edição. Grande destaque no título e respeito pela hierarquia das informações na capa.	Uso de diferentes fontes para diferentes temáticas, mantendo um design coerente ao longo de toda a publicação
COR	COR
P/B	P/B
OBS.	OBS.
Gráficamente, esta revista era diferente, destacando-se pela novidade, pelos diferentes tipos de papel, variedade de tipos gráficos e pelo cuidado na composição/arranjo das páginas.	O seu primeiro número foi impresso em papel de embrulho. Já a segunda série adquiriu um diferente formato.



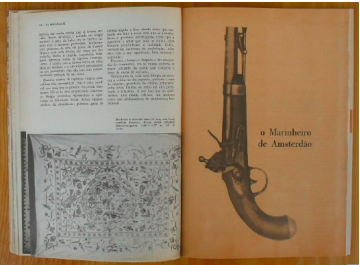

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

  	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
A revista Cinéfilo	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
António Maria Lopes.	Cinema nacional e internacional
	DATA
	2 de Junho de 1928 a 15 de Setembro de 1939
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
N/A	578 edições.
OBS.	
revista que servia de suplemento semanal do jornal O Século, dedicava-se especialmente ao cinema nacional e internacional.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
A capa (1ª página) desta revista apresenta sempre o título em letras bem destacadas, seguido de uma fotografia de um actor de um filme da actualidade, informações de edição(data, ano e nº).	O interior da revista é composto por 2 colunas de texto geralmente, acompanhado de fotografias relacionadas com o tema, o uso da ilustração é frequente ao longo das edições. Nas ultimas edições é possível verificar uma mudança de design editorial, muita mais moderno, a publicação foi sempre acompanhando os seus tempos.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
Grande destaque da tipografia no título da revista. Diferentes fontes para os títulos e para as informações da revista.	Ao longo das suas edições é possível verificar o cuidado no uso da tipografia, havendo mais variedade nas primeiras edições do suplemento.
COR Título a Vermelho e Fotografia a P/B	COR Preto e Vermelho
OBS.	OBS.
Nos números finais desta revista a capa já sofre algumas mudanças como o aparecimento de ilustrações na sua capa e a mudança do logo da revista para uma tipografia mais arredondada, moderna.	Nas ultimas edições é possível verificar uma mudança de design editorial, muita mais moderno, a publicação foi sempre acompanhando os seus tempos. A fotografia começa a ocupar grande espaço nas páginas.

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

   	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
Panorama	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
Direcção de António Ferro, tendo como director gráfico Bernardo Marques.	revista portuguesa de artes e turismo
	DATA
	1941
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
Editada pelo Secretariado da Propaganda Nacional.	1941-1974
OBS.	
Foi a primeira revista modernista dedicada às artes plásticas e ao turismo. A Panorama teve sempre uma função cultural, no entanto, dela fazia parte uma propaganda à sua própria editora. Os seus números nunca deixaram de prestar atenção à pintura, escultura, desenho e arquitetura, pelo contrário, reforçaram a acção do Estado Novo.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
De toda a publicação a capa era a parte mais elaborada, composta quase sempre, por uma ilustração extremamente colorida, com informações de edição (numero, ano e data).Mais tarde a capa passou a apresentar uma imagem e o nome sem informações de edição.	A revista era bem paginada, com 2 colunas de texto integradas em harmonia com imagens e ilustrações.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
A tipografia, na capa, que se destaca mais é o título da revista. Outra tipografia é utilizada para descrever o tema da mesma.	A tipografia utilizada, no interior, assume uma hierarquização de conteúdos, havendo diferentes tipos de letra para títulos, subtítulos, textos e destacados
COR A capa era sempre colorida e apelativa.	COR O “miolo” da sua edição era a preto e branco, à excepção de algumas ilustrações no interior.
OBS.	OBS.
Nas ilustrações da revista participaram Bernardo Marques, Emmerico, Paulo, Ofélia, Anahory, Lapa.	O seu conteúdo literário não era de grande interesse, tendo ainda assim colaboradores de relevo como J. Osório de Oliveira. Reynaldo dos Santos, Reis Santos, Diogo de Macedo, João Couto.

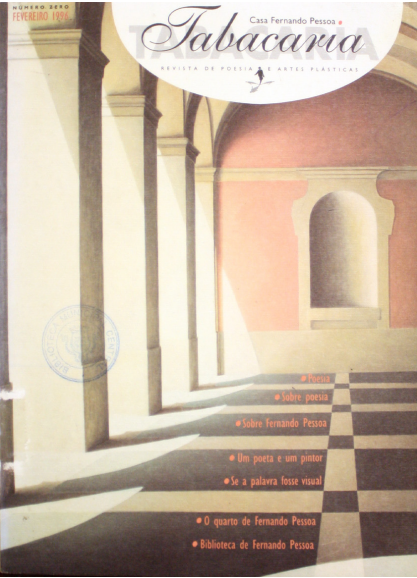

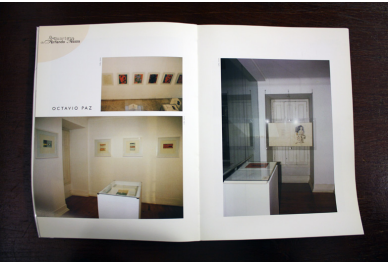

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

   	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
Almanaque	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
revista fundada por Figueiredo Magalhães, José Cardoso Pires com a colaboração dos artistas João Manta, Sena da Silva, Luís Stau Monteiro, Augusto Abelaira, José Cutileiro, Sebastião Rodrigues, entre outros.	O Almanaque não tinha qualquer estatuto cultural devido aos tempos Salazaristas que não apreciavam a inteligência, destinando-se apenas a constatar tudo o que se passava entre cada edição.
DATA	
1959-1961	
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
N/A	A revista durou dois anos e teve dezasseis números.
OBS.	
O formato da revista era inspirado em formatos americanos, que traziam uma certa inovação e nobreza à publicação, aproximando-a mais do formato dos livros.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
As capas eram consideradas um grande exemplo de excelência de design gráfico. Grande exemplo disso era a ligação entre capa e a contracapa que era feita através de uma única ilustração.	O texto era normalmente dividido em duas colunas. A ilustração é de grande importância nesta publicação pois completa a informação de modo a transmitir o conceito de modo mais eficiente ao leitor.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
Na capa eram utilizadas duas fontes, uma serifada (para a informação de datas, etc.) e outra não serifada para o título da publicação.	No interior era notável o imenso cuidado tipográfico, utilizado como meio para exprimir e ilustrar todo o conteúdo textual. Uso de diferentes fontes tipográficas.
COR	COR
várias cores	duas a três cores no máximo, incluindo o preto
OBS.	OBS.
Os elementos gráficos (ilustrações, fotografias, grafismos) e o texto encontravam-se assim em plena harmonia ao longo de toda a publicação.	A nível gráfico, o Almanaque é das obras mais bem executadas, produto do trabalho do designer Sebastião Rodrigues. A referida publicação era desprovida de publicidade.




FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

  	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
Colóquio Artes	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
Propriedade F.C. Gulbenkian; dir. José-Augusto França, Hernâni Cidade, Jacinto do Prado Coelho, Hernâni Cidade	Revista trimestral de artes, literatura moderna, música e bailado
DATA	
1971-1996	
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
N/A	A partir de 1961 esta divide-se em Colóquio/Letras e Colóquio/Artes.
OBS.	
Teve como conteúdo editorial, vários textos de diferentes autores, exposições, cartas de todo o mundo, festivais, poemas. Os ilustradores estão devidamente identificados, bem como fotógrafos, editores, directores.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
A nível gráfico, esta apresenta-se como uma revista de capa dura, com ilustração na capa, e tipografia pouco destacada, de forma a destacar claramente o título, embora este se tenha modificado um pouco ao longo dos tempos.	Miolo a 2 cores no máximo, 2/3 colunas de texto justificado, domina a geometria central. Grandes blocos de texto.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
Na capa é usada uma fonte tipográfica simples serifada para o título da publicação.	Ítulos pouco destacadas, uso de 2/3 fontes em toda a composição gráfica.
COR	COR
capas sempre muito coloridas	domina o preto/branco mas com apontamento de cor
OBS.	OBS.
Ilustrações da capa feitas por um artista em destaque da edição.	A fotografia e a ilustração são utilizadas como material auxiliar de informação.

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

   	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
Tabacaria	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
Casa Fernando Pessoa Contexto, Editora	revista de poesia e artes plásticas
	DATA
	1996 - 2001
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
Lisboa	10 números
OBS.	
Revista encomendada ao atelier B2 pela Casa Fernando Pessoa. A revista foi desenhada por José Brandão e Teresa Olazabal Cabral	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
O Logotipo da publicação foi sempre o mesmo e o seu posicionamento é bem visível e apresenta-se sempre no mesmo sítio. Os conteúdos da revista aparecem sempre na capa mas são posicionados de modo a não prejudicar a leitura da imagem de fundo.	Texto a 1 e 2 colunas, muitas imagens. A relação entre texto e imagem é muito equilibrada de modo a não retirar o protagonismo a nenhum elemento.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
A tipografia do logotipo é sempre a mesma, no entanto nota-se alguma variação na fonte dos conteúdos.	Ao longo da revista é possível notar alguma variação nas fontes, uma serifada e outra mais moderna (a futura?)
COR	COR
A cores.	A cores.
OBS.	OBS.
A capa apresenta sempre uma imagem de fundo de autor, seja ela uma ilustração, fotografia ou pintura. O tema das ilustrações/pinturas/fotografias foram na maior parte das vezes relacionadas com o tema ‘Fernando Pessoa’.	Para além da poesia e das artes plásticas como conteúdo. A revista também trás uma agenda cultural de eventos relacionados com a Casa Fernando Pessoa.

FICHA DE ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

  	
TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	
Egoísta	
AUTORES	TEMA / ASSUNTO
Direção de Mário Assis Ferreira, vice-presidente do Conselho de Administração da Estoril Sol, SGPS, e a edição da escritora Patrícia Reis.	Revista temática, onde cada numero era dedicado a um tema.
	DATA
	Jan 2000 - 2013
LOCAL EDIÇÃO	EDIÇÕES
Lisboa	Tiragem trimestral, saíram 50 números.
OBS.	
Considerava-se uma revista de culto, diferente, e dizia ser mais aproximada de um livro por ser colecionável. Esta tem publicou os maiores nomes da literatura, artes e fotografia. A revista Egoísta destacou-se pelo design original e arrojado, da responsabilidade do diretor de arte Henrique Cayatte(n.1957). Sendo a revista portuguesa mais galardoada de sempre com 41 galardões, segundo dados da Estoril Sol, a nível nacional e internacional.	
CAPA / CONTRACAPA / LOMBADA — COMPOSIÇÃO/LAYOUT	INTERIOR — COMPOSIÇÃO/LAYOUT
Na capa é evidente observar o cuidado gráfico com que era feita a sua composição. Como se tratava de uma revista temática, todos os seu números eram diferentes, inclusive a capa, onde o uso de brilhos, vernizes, recortes, e outras tecnologias de impressão eram elementos intensificadores da expressão da revista. No seu aspeto gráfico, o logótipo da revista manteve-se sempre igual durante estes treze anos, bem como o seu posicionamento espacial na capa, quase sempre no topo.	Ao nível da composição de texto e imagem, esta era composta por textos de uma, máximo duas colunas, onde se complementavam com imagens por vezes de página inteira. Não era só na capa que os efeitos e técnicas de impressão eram usados, no interior, o uso de recortes nas páginas, foi como um marco de identidade da revista Egoísta.
TIPOGRAFIA	TIPOGRAFIA
A tipografia usada na capa, bem como no interior é sempre a mesma.	A tipografia usada no interior é igual à utilizada na capa.
COR	COR
A cores, com brilhos, vernizes, entre outros.	A cores, com brilhos, vernizes, entre outros.
OBS.	OBS.
A nível gráfico a revista Egoísta mostra-se sempre como um projeto muito rico. Na capa é evidente observar o cuidado gráfico com que era feita a sua composição. Como se tratava de uma revista temática, todos os seu números eram diferentes, inclusive a capa, onde o uso de brilhos, vernizes, recortes, e outras tecnologias de impressão eram elementos intensificadores da expressão da revista.	A Egoísta revelava-se uma publicação moderna, onde o uso de cor, imagem, fotografia, e ilustração não era esquecido no seu interior.

**7.2 Questionário Exploratório | Revista de
Cultura Imaterial Portuguesa**

7.2.1 Anexo C

Questionário Modelo

Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação I Revista de Cultura Imaterial Portuguesa

Faculdade de Arquitectura – Universidade Técnica de Lisboa
Dissertação de Mestrado em Design de Comunicação
João Ricardo Rocha Garganta Correia da Saúde
Fevereiro 2013
***Obrigatório**

QUESTIONÁRIO I Revista de Cultura Imaterial Portuguesa

O presente questionário é anónimo e os dados serão utilizados única e exclusivamente no decorrer desta dissertação, sem serem divulgados a terceiros. Nas respostas de escolha múltipla, pode seleccionar mais de uma opção.

Cultura Imaterial

Entenda-se por Cultura imaterial os aspectos ligados tanto ao património como à criação contemporânea. É o conhecimento que não é ensinado por meio de livros, registos e ensinamentos, mas sim por práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões, que vão passando de geração para geração. Conjunto de criações provenientes de uma cultura que tencionam definir uma identidade cultural e social de uma comunidade. Tais criações são transmitidas oralmente, por imitação e divulgação. Entende-se então , a língua, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes, o artesanato e outras artes como património imaterial.

Idade: *

Género: *

Habilitações Literárias *

grau de ensino

- ☐ Ensino Básico
☐ Ensino Secundário
☐ Ensino Superior
☐ Mestre
☐ Doutoramento

Profissão *

Sabia o significado de Cultura Imaterial? *

- ☐ Sim
☐ Não

Editar este formulár

Considera importante a divulgação e a valorização da cultura imaterial em Portugal? *

- ☐ Sim
☐ Não

Considera que o Design de Comunicação (neste caso, na tipologia de uma revista), poderia ajudar na divulgação e preservação da cultura imaterial? *

- ☐ Sim
☐ Não

Acha que a criação de uma revista de cultura imaterial irá reforçar os laços com os costumes e sabedorias da vida quotidiana vivida pelo povo português? *

- ☐ Sim
☐ Não

Considera importante a existência de uma revista imaterial portuguesa para a divulgação e promoção de autores, compositores e artistas de diversas índoles da cultura imaterial? *

- ☐ Sim
☐ Não

Que conteúdos gostaria de ver numa revista de cultura imaterial? *

- ☐ Saberes / Provérbios
☐ Lendas / Contos / Poesia
☐ Música
☐ Dança
☐ Festas / Romarias
☐ Outra:

Quais os outros meios de comunicação, para além da revista, que considera adequados para a divulgação da cultura imaterial? *

- ☐ Cartazes / Mupis / Outdoors, etc.
☐ Rádio
☐ TV
☐ Internet (blogs, redes sociais, etc.)
☐ Outra:

Enviar

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários Google.

Com tecnologia
Google Drive

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

[Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Termos adicionais](#)

7.2.2 Anexo D

Resultados do Questionário

Idade	Género	Habilitações Literárias	Profissão	1. Sabia o significado de Cultura Imaterial?	2. Considera importante a divulgação e a valorização da cultura imaterial em Portugal?	3. Considera que o Design de Comunicação (neste caso, na tipologia de uma revista), poderia ajudar na divulgação e preservação da cultura imaterial?	4. Acha que a criação de uma revista de cultura imaterial irá reforçar os laços com os costumes e sabedorias e vida quotidiana vivida pelo povo português?	5. Considera importante a existência de uma revista imaterial portuguesa para a divulgação e promoção de autores, compositores e artistas de diversas indólos da cultura imaterial?	6. Que conteúdos gostaria de ver numa revista de cultura imaterial?	7. Quais os outros meios de comunicação, para além da revista, que considera adequados para a divulgação da cultura imaterial?
35	masculino	Doutoramento	professor universitário	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
36	feminino	Ensino Secundário	Técnica administrativa	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
61	feminino	Ensino Básico	Reformado	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
56	masculino	Ensino Superior	Gestor de Empresas	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Organizações de sociedade	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
33	masculino	Mestre	Design	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	masculino	Ensino Superior	Caixa	Não	Não	Não	Não	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Desempregad o	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Secundário	Estudante Universitário	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Secundário	Estudante Universitário	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
35	feminino	Ensino Secundário	Domestica	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
25	feminino	Ensino Superior	designer de comunicação	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
48	feminino	Ensino Superior	administrativa	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)

23	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Mestre	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	masculino	Ensino Superior	Estudante	Não	Não	Não	Não	Não	Publicar sobre a cultura imaterial será desvirtuar o conceito apresentado para esta.	Nenhum: a divulgação não se faz por meios de comunicação da Idade Moderna.
24	masculino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Terapeuta da Fala	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	masculino	Ensino Secundário	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Música, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	masculino	Ensino Secundário	Técnico Farmácia	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Contos de Tradição Oral (rezas, mesinhas...)	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
27	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Dança, Festas / Romarias, artesanato, jogos e tradições	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	masculino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Rádio, TV
23	feminino	Mestre	Design de Produto	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	desempregad a	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Dança, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
45	feminino	Doutoramento	docente universitária	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Mestre	designer de comunicação	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Ofícios e Artesanato	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Secundário	empresária	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)

23	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
45	feminino	Ensino Superior	professora	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias, gastronomia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio
23	feminino	Ensino Superior	Desempregada	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
55	feminino	Ensino Superior	professora	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
19	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Modos de Preparação a nível de culinária	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio
24	feminino	Mestre	Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
20	feminino	Ensino Secundário	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Enfermeira	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	designer	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, artesanato	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Designer Gráfico	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
46	feminino	Ensino Secundário	assistente operacional	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Rádio, TV
23	feminino	Mestre	Marketeer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
27	feminino	Mestre	Psicóloga	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV
23	feminino	Ensino Secundário	Militar	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
29	masculino	Mestre	bancário	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Secundário	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
52	feminino	Ensino Superior	F. Publica	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, artesanato	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Secundário	Atualmente no desemprego	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	feminino	Ensino Superior	Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
25	feminino	Ensino Superior	Gestão de Recursos Humanos	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)

24	feminino	Mestre	freelancer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Mestre	Desempregada	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Mestre	Designer de Comunicação	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
56	feminino	Ensino Superior	enfermeira	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV
19	feminino	Ensino Secundário	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias, Novos projectos portugueses	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
52	feminino	Ensino Secundário	domestica	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Saberes / Provérbios	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Secundário	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
25	feminino	Ensino Secundário	Desempregada	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Cinema	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
29	feminino	Ensino Superior	professor	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Lendas / Contos / Poesia, Dança, Festas / Romarias, receitas / culinária	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Secretária	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	feminino	Ensino Superior	Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
20	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Saberes / Provérbios, Música	TV
26	masculino	Ensino Superior	Designer, Músico	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Dança	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
27	masculino	Mestre	Físico	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Gastronomia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.), grupo de interesse, colectividades, clubes
25	masculino	Ensino Secundário	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Tradições, Entrevistas com figuras de conhecimento da cultura imaterial	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
17	feminino	Ensino Secundário	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Mestre	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)

26	feminino	Mestre	Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
28	feminino	Ensino Superior	Tradutora	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
28	feminino	Ensino Básico	auxiliar	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Superior	Designer Gráfico	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.), Livros, publicações únicas
27	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Secundário	Estudante universitário	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Cinema	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
25	masculino	Mestre	Técnico de Som	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Estudos Antropológicos e Etnográficos... sem isso nada vale a pena	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Designer	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, artesanato e todos os costumes típicos portugueses que não se devem perder	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Mestre	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Dança, Filosofia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Não	Não	Lendas / Contos / Poesia	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
18	masculino	Ensino Secundário	cozinheiro	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	gastronomia nacional	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
28	feminino	Ensino Secundário	De momento desempregad a	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
31	masculino	Mestre	técnico de recursos humanos	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	feminino	Mestre	Desemprego	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Linguística, História política...	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.), Workshops
26	feminino	Ensino Secundário	Desempregad o	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
20	feminino	Ensino Secundário	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)

23	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Fisioterapeuta	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Dança	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
19	feminino	Ensino Secundário	estudante	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Saberes / Provérbios, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV
55	feminino	Ensino Secundário	técnica de análises clínicas	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, ilustrações	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
28	feminino	Mestre	Economista	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Dança, Festas / Romarias, Artesanato e gastronomia	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
44	masculino	Ensino Superior	Director Comercial	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Secundário	administrativa	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, dizeres mediante a cidade, vila, aldeia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Mestre	Designer de Comunicação	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	masculino	Mestre	Estudante	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Dança, Festas / Romarias	Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
27	feminino	Ensino Superior	Técnica Análises Clínicas	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, artesanato	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
27	feminino	Mestre	Técnicas de Recursos Humanos	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
40	feminino	Ensino Básico	Encarregada de sector	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
29	feminino	Ensino Superior	contabilista	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Mestre	Desempregad o	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
31	feminino	Ensino Superior	Enfermeira	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias, Gastronomia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Desempregad a	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	feminino	Ensino Superior	Desempregad a	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
52	feminino	Ensino Secundário	Escriturária Administrativa	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Fado	TV
28	feminino	Mestre	economista	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)

22	feminino	Ensino Secundário	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Secundário	Estudante	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Música, Dança, Cinema	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Superior	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
19	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	masculino	Ensino Superior	Ecónomo	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Festas / Romarias, Surf, desportos radicais	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
22	feminino	Ensino Superior	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
27	feminino	Mestre	Bancaria	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
31	feminino	Ensino Superior	socióloga	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Mestre	desempregad a	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, jogos	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
26	feminino	Ensino Superior	Estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	masculino	Ensino Superior	estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Secundário	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
28	masculino	Ensino Superior	Gestor de Fundos de Investimento	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Vinicultura	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
30	feminino	Ensino Superior	desempregad a	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
28	feminino	Mestre	Arquitecta	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
57	feminino	Ensino Secundário	Assistente técnico	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias, mitologia	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
21	feminino	Ensino Superior	Designer	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Lendas / Contos / Poesia	Rádio, TV
25	masculino	Ensino Superior	Recepcionista	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Vinhos	eventos de sensibilização
40	masculino	Ensino Básico	oficial electricista	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)

23	feminino	Mestre	Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
20	feminino	Ensino Superior	estudante	Sim	Não	Não	Não	Não	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
57	feminino	Ensino Secundário	Administrativa	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
64	masculino	Ensino Superior	MÉDICO	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
52	feminino	Ensino Secundário	Escriturária Administrativa	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	designer de comunicação	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
31	feminino	Ensino Secundário	Ilustradora	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	designer freelancer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, Sabores	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.), Happenings
25	masculino	Ensino Superior	Web Designer	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	feminino	Ensino Superior	técnica de recursos humanos	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Dança, Festas / Romarias, artesanato	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
23	masculino	Ensino Superior	estudante	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Rádio, TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
24	feminino	Ensino Superior	Estudante	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Música, Dança, Festas / Romarias	Internet (blogs, redes sociais, etc.)
37	masculino	Ensino Secundário	MILITAR	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., Internet (blogs, redes sociais, etc.)
57	feminino	Ensino Superior	professora	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Lendas / Contos / Poesia, Música, Festas / Romarias	Cartazes / Mupis / Outdoors, etc., TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
34	feminino	Ensino Superior	docente	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia	TV, Internet (blogs, redes sociais, etc.)
38	feminino	Ensino Secundário	Escriturária	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Saberes / Provérbios, Lendas / Contos / Poesia, Música	Internet (blogs, redes sociais, etc.)

7.3 Validação Clara Bertrand Cabral

7.3.1 Anexo E

Validação e pertinência do projeto editorial *Moldura*

Validação do projeto de criação de uma Revista cultural sobre património imaterial português

= **Revista Moldura** =

A *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial* foi adotada pela UNESCO em 2003 e ratificada por Portugal em 2008, não tendo até agora sido criada no nosso país qualquer publicação especificamente destinada a divulgar o património cultural imaterial português. Considerando que o património imaterial apenas poderá ser salvaguardado se for conhecido, qualquer projeto que vise a disseminação dos elementos patrimoniais e os analise de forma séria e compreensível, suscitando o interesse e empatia do grande público, configura em si mesmo uma ação de salvaguarda interessante e meritória.

O projeto de criação de uma revista cultural sobre património imaterial português enquadra-se neste âmbito, apresentando a “Moldura” uma proposta inovadora que poderá constituir uma forma não só de divulgar, mas também de preservar, promover e valorizar o património cultural imaterial nas suas várias facetas. A maqueta do nº 1 da revista remetida para análise parece cumprir estes objetivos, na medida em que propõe um conjunto de artigos variados e interessantes sobre temas atuais e mediáticos. De aparência apelativa, incide sobre assuntos do âmbito da UNESCO, como por exemplo o Fado, inscrito na Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade em 2011 ou a Dieta Mediterrânica, que irá ser analisada pelo Comité do Património Imaterial em Dezembro próximo. Dá também a conhecer tradições, lendas, saberes-fazer e projetos em curso através de artigos e entrevistas – estas últimas muito importantes por permitirem dar voz aos próprios praticantes do património cultural imaterial. Finalmente, a agenda cultural apresenta-se como uma mais-valia que permitirá aos leitores acompanhar e participarem nas atividades organizadas pelas diferentes entidades.

A abrangência de temas propostos, necessária para que a revista se torne interessante para um público alargado e diversificado, permite entrever a possibilidade de serem abordados temas relativos também à *Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*, adotada pela UNESCO em 2005 e ratificada por Portugal em 2007. Esta Convenção visa proteger e promover as formas de expressão cultural que resultam da criatividade de indivíduos, grupos e sociedades, bem como as atividades, bens e serviços culturais que, conforme reconhecido pela Convenção, têm uma natureza dupla (económica e cultural). O objetivo principal da Convenção é fortalecer os cinco elos inseparáveis da mesma corrente: a criação, a produção, a distribuição/disseminação, o acesso e o usufruto das expressões culturais veiculados por atividades, bens e serviços culturais, enquadrando projetos que eventualmente permitirão o desenvolvimento de atividades culturais sustentáveis e criadoras de riqueza. Os artigos sobre a dança, por exemplo, enquadram-se no âmbito desta convenção da UNESCO.

Face ao exposto, considero que tanto o conceito do projeto como a proposta de publicação apresentados são extremamente válidos e positivos.

Lisboa, 21 de agosto de 2013

Clara Bertrand Cabral

